revista del consumidor

VOLUMEN I • NUMERO 4
FEBRERO-MARZO 1977

EJEMPLAR $ 10.00

DE COLECCION Y CONSULTA

ESTA PUBLICACION NO ADMITE ANUNCIOS

- **Pescado todo el año (es tan rico en vitaminas y proteínas como la carne de pollo o de res).**
- **Demasiada azúcar = Caries + Diabetes + Enfermedades del corazón.**

†

Cuánto Cuesta Morirse En México

El coche que le conviene: cuadro comparativo de los modelos 1977

editorial

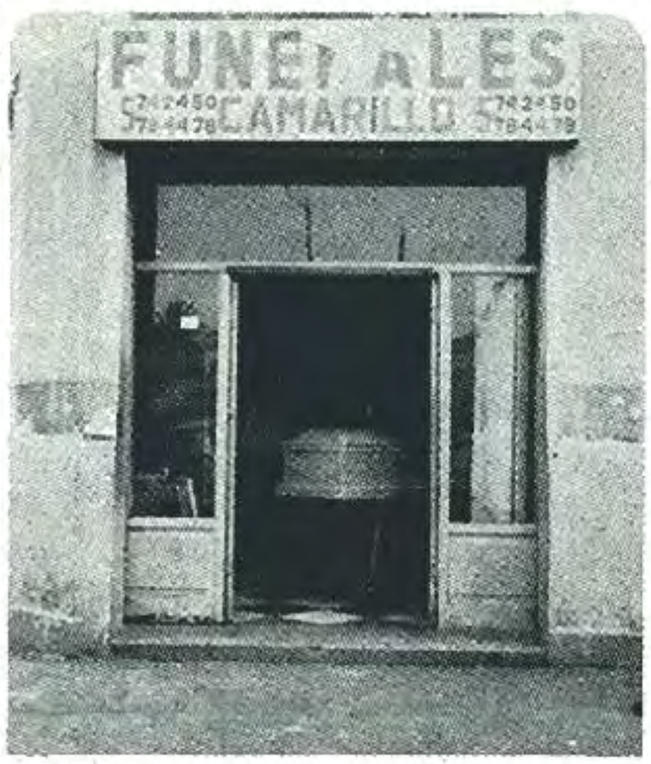
POMPAS FUNEBRES
EL MUERTO AL HOYO Y EL VIVO, A LA LANA
ALBERTO ISAAC

revista del consumidor

VOLUMEN I • NUMERO 4 FEBRERO-MARZO 1977

ESTA EDICION ENTRO EN PRENSA EL 30 DE ENERO DE 1977

Por el momento ninguna leche industrializada sustituye a la materna en la nutrición de su bebé.
Página 148.



Generalmente, un servicio funerario es contratado sin previa valoración o conocimiento, y suele representar un gasto imprevisto.
Página 150.

A pesar de los males que acarrea el sobrepeso en el individuo, uno de cada seis mexicanos tiene una marcada tendencia a la obesidad.
Página 158.

El valor de la mercancía ya no se expresa en las unidades tradicionales, sino que es marcado por lata, caja, paquete o botella.
Página 161.

¿Pescado sólo en Cuaresma? ¿Y por qué, cuando es tan rico en proteínas, fósforo y vitaminas como la carne de pollo, puerco o res?
Página 166.

El azúcar aporta una sola cosa al organismo y nada más: calorías, totalmente desprovistas de proteínas, de vitaminas y de sales minerales.
Página 188.

Además recomendamos:

	Pág.
Cartas a la Revista	146
Consummatum Est	154
Preguntas y Respuestas	156
La Entrevista (Angélica María)	164
El Coche Nuevo	170
Entretenimientos	174
El Invitado del Mes	176
Diversiones Dominicales	177
El Consumo en Broma	184
El Vocabulario del Consumidor	186
Variable, Cambiante	187
Los de Enmedio	190
Yo consumidor	192

revista del consumidor

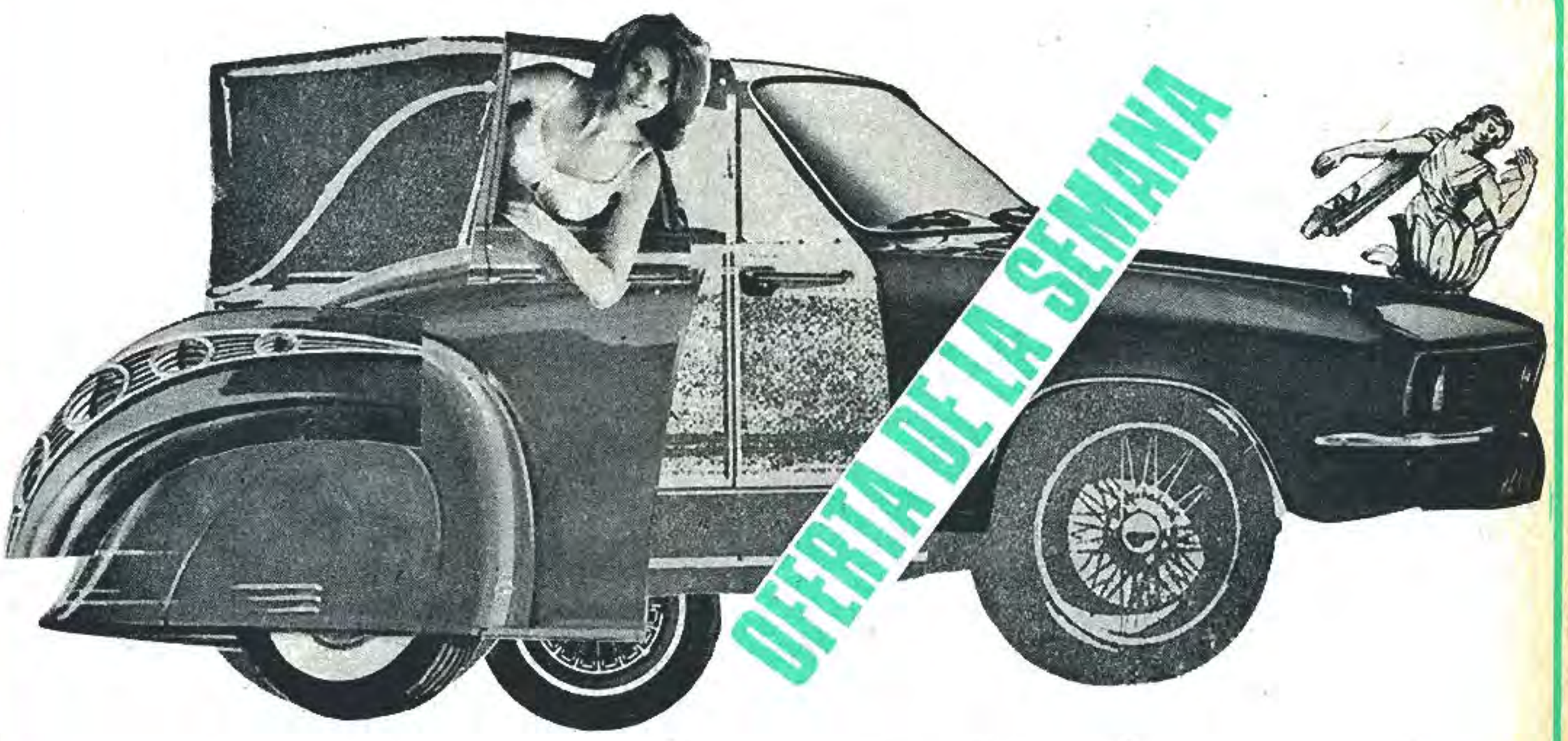
¡CONSUMMATUM EST!

AÑO 1 · DIRECTORES: CARAM Y DZIB (MERCADÓLOGOS Y ECONOMÓLOGOS TITULADOS) VOLUMEN 1 · NÚMERO 1 ·

¡GRACIAS RENATO!

DZIB Y CARAM, autores de esta sección que pretende ser humorística, quieren dejar constancia de que su título, "Consummatum Est", les fue sugerido por un artículo de Renato Leduc (foto)→ aparecido en el número uno de esta su revista suya de usted; ~~revista del consumidor~~, por lo que la paternidad corresponde a ésa muy respetable institución del periodismo mexicano de noble corazón y gran cabeza que se llama RENATO y se apellida LEDUC.

¡Gracias, Renato, por habernos ahorrado un dolor de cabeza pensando en el título!



OFERTA DE LA SEMANA

La oferta de la semana es verdaderamente atractiva. El "Royal Mónaco" modelo 1977, cuyo costo es de 307 mil pesos (trecientos siete mil pesos) se venderá de lunes a viernes a sólo 305 mil pesos, con un ahorro considerable de dos mil pesos. ¡No pierda tiempo y corra a adquirir uno, antes de que se acaben! Recuerde que, mientras usted lee este anuncio, ya se pasó un día. No están los tiempos como para despreciar dos mil pesos. Con ellos puede comprar cien libros rojos (aclaración: no son de Mao) de $19.90 cada uno, y todavía le sobrarán $10.00 para un litro de leche y tres panecillos.

razOnable explicacIón

El gas no subió a causa de la inflación, sino por su propia naturaleza, ya que, según las leyes de la física y la química, se trata de un cuerpo aeriforme a la temperatura y presión ordinarias.

Los gases, como se sabe, son sumamente compresibles. Y los consumidores, como son sumamente comprensibles... ¡pues a pagar!

¡atencjo'n, desnutridos!

La desnutrición no es tan nociva como afirman los médicos. Tiene múltiples ventajas, que los intereses creados guardan en secreto. Por ejemplo, conserva la figura y, además, es muy benéfica para la salud mental, porque los desnutridos no se preocupan en lo absoluto por la carestía de la vida. ¿Que los precios suben y suben? Los desnutridos, tranquilos. Que se angustien los que comen; los gordos golosos que despilfarran su dinero en leche, carne, huevos y pan.

Sres. ANUNCIANTES:

NO SE HAGAN ILUSIONES, ESTE ESPACIO NO ESTÁ DISPONIBLE. NOS SOBRÓ, DE PLANO.

algo para recorDar

El hombre de negocios prendió un cigarrillo "Marlboro", made in USA, consultó su reloj "Hamilton" hecho en Suiza y prendió su televisión a colores "Sony", traída de San Antonio. Era la hora de su programa favorito. Antes de que empezara el programa apareció en la pantalla el anuncio espectacular contra el contrabando, donde una tele grandota hace trizas nuestras industrias. Cuando leyó la leyenda "Contrabando es contra México" el hombre de negocios suspiró y dijo para sí:

Preguntas y Respuestas

¿Es posible utilizar un mismo aceite para freír, digamos, en cinco o más ocasiones?

Claro, para la mayoría de los alimentos y hasta una docena de veces si así lo desea. Pero, cuidado; siga al pie de la letra estos dos consejos.

- *Mantenga el aceite sobre el fuego, el tiempo y a la temperatura estrictamente necesarios (evite "quemarlo", por así decirlo), y*

- *Filtre la materia grasa en un cedazo (para quitar las partículas de comida frita).*

Como medida de precaución extra es conveniente cerrar bien la tapa del envase en donde se deposite el aceite, evitando de esta manera que se oxide por su permanencia en contacto con el aire.

¡Ah!, y un último consejo, aunque éste se salga un poco del tema: limpie adecuadamente la sartén o recipiente empleado antes de volver a cocinar.

¿Dañan a las prendas de telas sintéticas los blanqueadores que se encuentran en el mercado?

A algunas sí. Por eso, los expertos textileros recomiendan efectuar una prueba preliminar que consiste en mezclar una cucharada del blanqueador en un cuarto de taza de agua, y aplicar luego parte del último compuesto en las costuras internas de la prenda.

Dicen los especialistas en telas que si después de un minuto no se registra ninguna alteración en los colores, entonces el blanqueador puede aplicarse al vestido con toda confianza.

A la larga, sin embargo, el blanqueador deteriora la prenda.

¿Está quemado un aceite de coche cuando a simple vista es negro?

No. Lo raro sería que tuviera otro color después de que un automóvil haya recorrido algunos kilómetros.

Lo que sucede aquí es que los aceites de coche tienen la doble función de lubricar y servir como recolectores de impurezas al mismo tiempo. Esto quiere decir que mientras el motor esté operando, sus piezas en movimiento se van limpiando hasta depositar cualquier impureza en el lubricante. Un color gris oscuro, o incluso el negro, puede perfectamente ser un buen síntoma de la óptima salud de su aceite.

Con el tiempo, cualquier blanqueador deteriora las prendas de vestir.

El plazo legal para cobrar un cheque bancario varía de 15 a 90 días.

Esta respuesta queda incompleta si no se menciona que existen por ahí un buen número de gasolineros ávidos por vender sus productos a costa del bolsillo de sus clientes. Por lo general, estas personas argumentan que la viscosidad del lubricante puede "palparse" con los dedos. No les haga caso. Tan sólo empleando unos aparatos especiales, llamados viscosímetros, puede medir con exactitud si un aceite todavía es bueno o no.

¿Cuál es el plazo legal para cobrar un cheque?

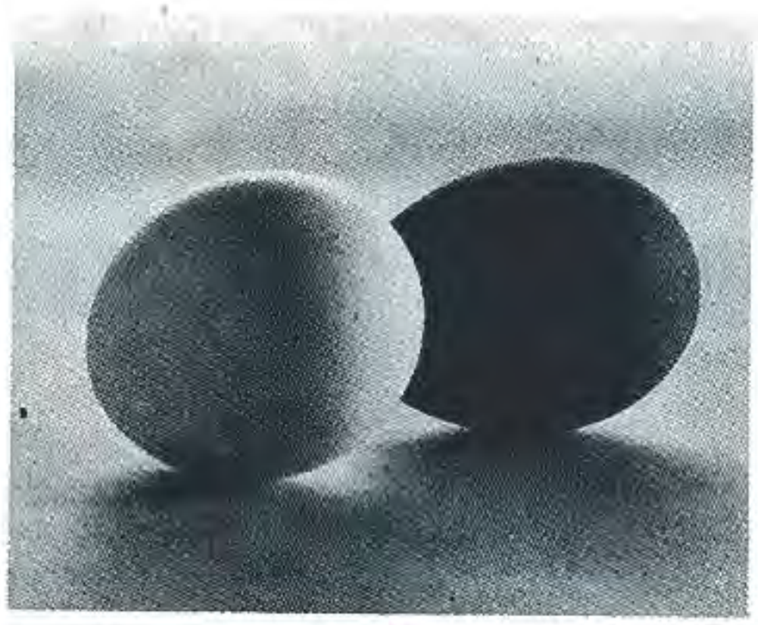
Varía de 15 a 90 días. Según el Artículo 181 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, los cheques

Tres cafés "americanos" pueden producir alteraciones físicas en un individuo medio.

deben exhibirse para su pago (y aquí se transcribe textualmente):

- *"Dentro de los 15 días naturales que sigan al de su fecha, si fueren pagaderos en el mismo lugar de expedición.*
- *"Dentro de un mes, si fueren expedidos y pagaderos en diversos lugares del territorio nacional.*
- *"Dentro de tres meses, si fueren expedidos en el extranjero y pagaderos en territorio nacional, y*
- *"Dentro de tres meses, si fueren expedidos dentro del territorio nacional para ser pagaderos en el extranjero, siempre que no fijen otro plazo las leyes del lugar de presentación".*

Las fechas mencionadas arriba se consideran a partir del día siguiente en que fue expedido el documento. En caso de que los vencimientos de los plazos cayeran en alguna festividad, se pospone la caducacidad del cheque hasta el primer día hábil subsecuente.



Las diferencias de color en el cascarón del huevo no influyen en la calidad o en el valor nutricional del producto.

¿Cuántas tazas de café diarias constituyen una "dosis excesiva"?

De acuerdo a estudios confiables, tres o cuatro "americanos" contienen suficiente cafeína como para producir en un individuo medio: irritabilidad, nerviosismo, estremecimientos, dolor de cabeza y palpitaciones. Duplicar o triplicar esta cantidad, naturalmente, causa aún mayores alteraciones, incluso convulsiones. Pero aquí no acaba el asunto. Aunque nuestras fuentes hacen la salvedad de que la cafeína afecta de distintas maneras a cada persona, sostienen enfáticamente que el café consumido en grandes cantidades y por una larga temporada propicia también cambios en el ritmo del corazón, aceleración de la respiración, aumento de la presión arterial, incremento en la temperatura corporal e insomnio.

¿Son más nutritivos los huevos de cascarón blanco que los rojos o cafés?

No. Y de hecho éste es un mito duro de extirpar. El cascarón de un huevo jamás ha tenido nada que ver con la calidad y el valor alimenticio del producto. Los huevos se venden de acuerdo a su tamaño y peso. El color para nada debería intervenir en su valor final al público.

¿Es posible devolverle el brillo perdido a las ollas de aluminio?

Por supuesto, y de una manera sencilla y barata. Llene sus trastos con agua caliente y agrégueles trocitos de limón (no importa que estén usados). Déjelos a hervir a fuego lento por una hora. Vacíe luego el agua... y ya está. Una vez secas sus ollas parecerán como nuevas.

Para mantener relucientes los exteriores de sus utensilios de cocina es necesario lavarlos y frotarlos con un estropajo duro cada vez que se usan. Aquí sí que no hay de otra.

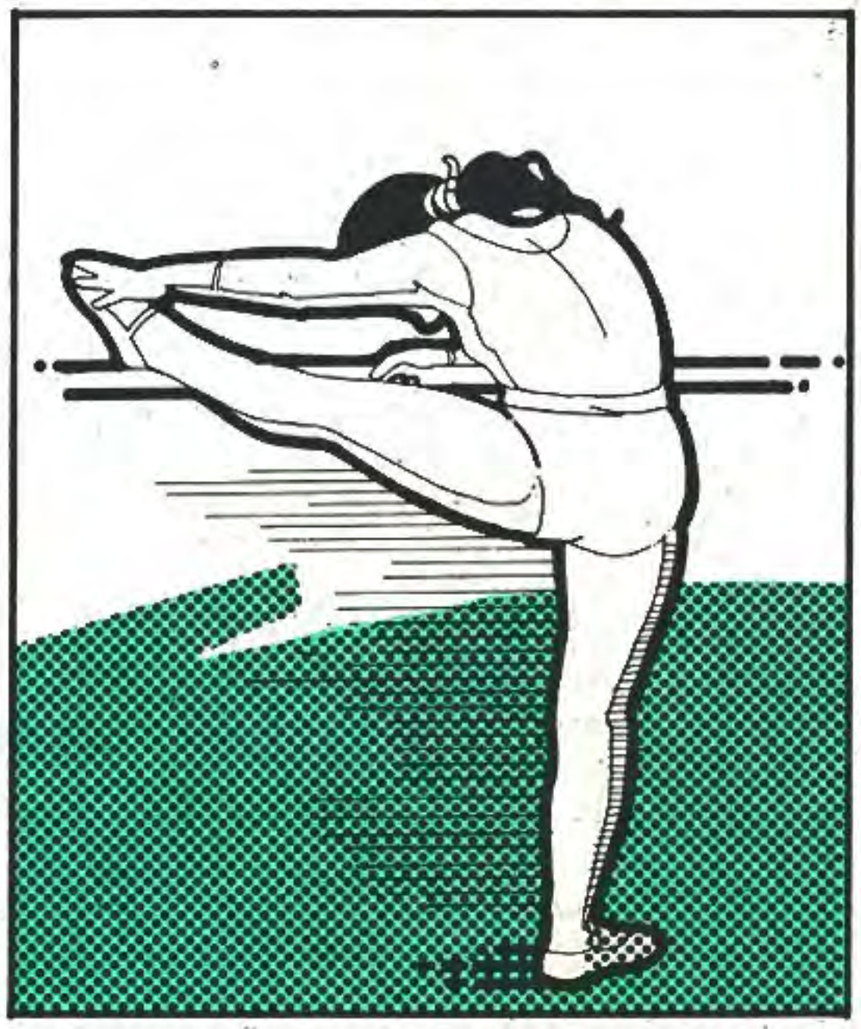
¿Obesidad, gordura, llantitas, exceso de peso?

"Eso, hace tiempo que está fuera de moda, ahora la esbeltez es la que impera", nos dice el "escultor de belleza" Joaquín Rivadeneyra.

Explica este profesional en su clínica, que "tan fácil resulta ser delgado, bajar de la noche a la mañana los kilos de más, como rejuvenecer y equipararse a Dorian Grey".

Pero los estudios científicos aun cuando aceptan, no sólo por estética sino por salud, el beneficio de ser, llamémosle, una persona "normal", se muestran reacios a aprobar todas las instituciones que prometen el milagro de convertir seres humanos en varas.

Sabemos que por naturaleza el mexicano tiende a la gordura. Esto no es nada nuevo ni difícil de investigar. Basta con mirar por ahí, o aguzar el olfato, para comprobar que nos rodea un mundo de fritangas en todas sus variantes: tacos al carbón, al pastor, de canasta, de frijolitos; sopes, tostadas, atoles, en fin, innumerables "antojitos" ricos en grasa y bajos en poder alimenticio.



"La alimentación de nuestro pueblo no es suficiente como para garantizar el óptimo desarrollo físico y mental del individuo. Antes de exigir educación, eficiencia o productividad, vale la pena cuestionarse sobre la calidad nutritiva de lo que comen muchos de los mexicanos; de aquí surgen buena parte de los males que afectan al país."

"Asimismo, continuó el doctor Raúl Nieto Valdés, asesor médico del Instituto Nacional del Consumidor, los hábitos alimentarios nacionales han pasado a ser sinónimo de desnutrición", pues se componen de una dieta abundante pero no bien balanceada. Y es la malnutrición, la que conduce a una gordura excesiva.

Agregó el galeno: "Esta desnutrición guarda estrecha dependencia con los patrones de conducta social que se encuentran en constante proceso de transformación. Hoy en día se utiliza el transporte para recorrer pequeñas distancias cuando es posible hacerlo a pie, beneficiando al organismo con un buen ejercicio."

De acuerdo a la mayoría de las fuentes consultadas, la gordura excesiva que padece gran parte de la humanidad es consecuencia de la evolución misma del hombre, de su desarrollo. En sus orígenes, éste no era obeso, su alimentación consistía principalmente de alimentos naturales con pocas grasas y exentos de azúcar. Además, su quehacer natural lo mantenía en constante movimiento.

Mata dando...

Algunas de las afecciones más comunes que acarrea el sobrepeso son el cansancio rápido, la imposibilidad para realizar esfuerzos físicos, las alteraciones en la respiración y presión sanguínea alta, los cuales son síntomas que complican la actividad del corazón.

Además, si la obesidad se combina con el tabaquismo, la presión arterial alta o el colesterol sanguíneo elevado, aumentan los riesgos de que tarde o temprano se presenten ataques cardiacos en los gordos.

Entre obesidad y diabetes, para seguir la larga lista de males provocados por el sobrepeso, hay una relación muy importante. Con el mismo control de peso disminuye la severidad de esta enfermedad, y la dosis de medicación se va reduciendo a medida que el paciente pierde kilos y se nivela en lo que podría llamarse "su peso ideal".

Por lo general, se piensa que la gordura es aliada de la simpatía, ya que la mayoría de las personas excedidas en peso son amenas y hasta divertidas. Los doctores opinan, sin embargo, que nada está más lejos de la realidad. El exceso de peso no sólo es un serio problema de salud sino que, incluso, es uno mental.

Las alteraciones que sufren los gordos son tan variables y delicadas, que pueden llegar a afectar al mismo esqueleto de un individuo, por el peso que se lleva encima. Asimismo, son comunes las desviaciones de la columna vertebral, rodillas y pies.

Y por si esto fuera poco, la piel también se queja de los kilos de más, y manifiesta su inconformidad mediante desgarres en las fibras elásticas de los hombros, pechos, abdomen, caderas y muslos. Las venas varicosas y enfermedades de los riñones son otros de los males frecuentes. Y si de complicaciones se trata, cabe mencionar que la arterioesclerosis o endurecimiento y pérdida de elasticidad de las arterias, con su secuela de hemorragias cerebrales, angina de pecho y uremia (aumento de la proporción de

urea en la sangre por deficiencia del funcionamiento del riñón), son más frecuentes en los gordos que en los flacos.

Gordo es el problema

En primer término, la gordura se forma por la exagerada cantidad de

células adiposas (grasa común) contenidas bajo la piel. El problema,entonces, se reduce al número y tamaño de las células adiposas que contenga el organismo.

Ahora bien —y aquí empiezan los líos—, si una persona obesa adelgaza, se reducen en magnitud sus células, pero no en cantidad. Al engordar de nuevo el individuo, se aumentan automáticamente las células adiposas... y los males.

En síntesis, se puede deducir que la causa esencial del sobrepeso se debe a la alteración del balance energético de los alimentos, es decir, al mayor almacenamiento de calorías por sobre las que requiere una persona normal.

La ingestión de alimentos, pues, es de tanta importancia para el organismo como el gasto de energías. Si la alimentación contiene más calorías de las expulsadas o quemadas, se almacenan los primeros kilos de más. Pero si las calorías son eliminadas con ejercicios adecuados, el problema desaparece.

El kilo extra también tiene su lado psicológico: el no tener quehacer motiva a muchas personas a matar el tiempo... comiendo.

Lo mismo ocurre con la gente en estado de tensión. En sí, los alimentos son para muchos una válvula de escape contra las preocupaciones, ansiedades o tensiones.

¿Y entonces qué... gordos de por vida? No necesariamente, pero hay una serie de puntos a observar. Entre ellos:

- Iniciar los cuidados desde la etapa de lactancia del bebé. Una buena madre debe vigilar siempre la dieta de sus pequeños.
- Pesarse una vez por semana bajo condiciones similares (con o sin ropa), y llevar un control riguroso, de preferencia por escrito.
- Balancear la nutrición con raciones alimenticias que contengan las proteínas, carbohidratos, grasas, vitaminas y minerales necesarios para llegar al peso ideal.
- No ingerir comestibles entre horas de comida.
- Practicar algún deporte regularmente.
- Seguir la dieta aconsejada por un médico.
- No imitar el régimen recetado a su vecina, amiga o hermana. (Cada persona requiere de uno particular).

La clave contra el sobrepeso, coinciden en señalar los especialistas, se encuentra en recibir menos calorías de las que se consumen. Así, el organismo necesita quemar más grasa para satisfacer la diferencia. El cómo hacerlo, corresponde a un médico decidirlo.

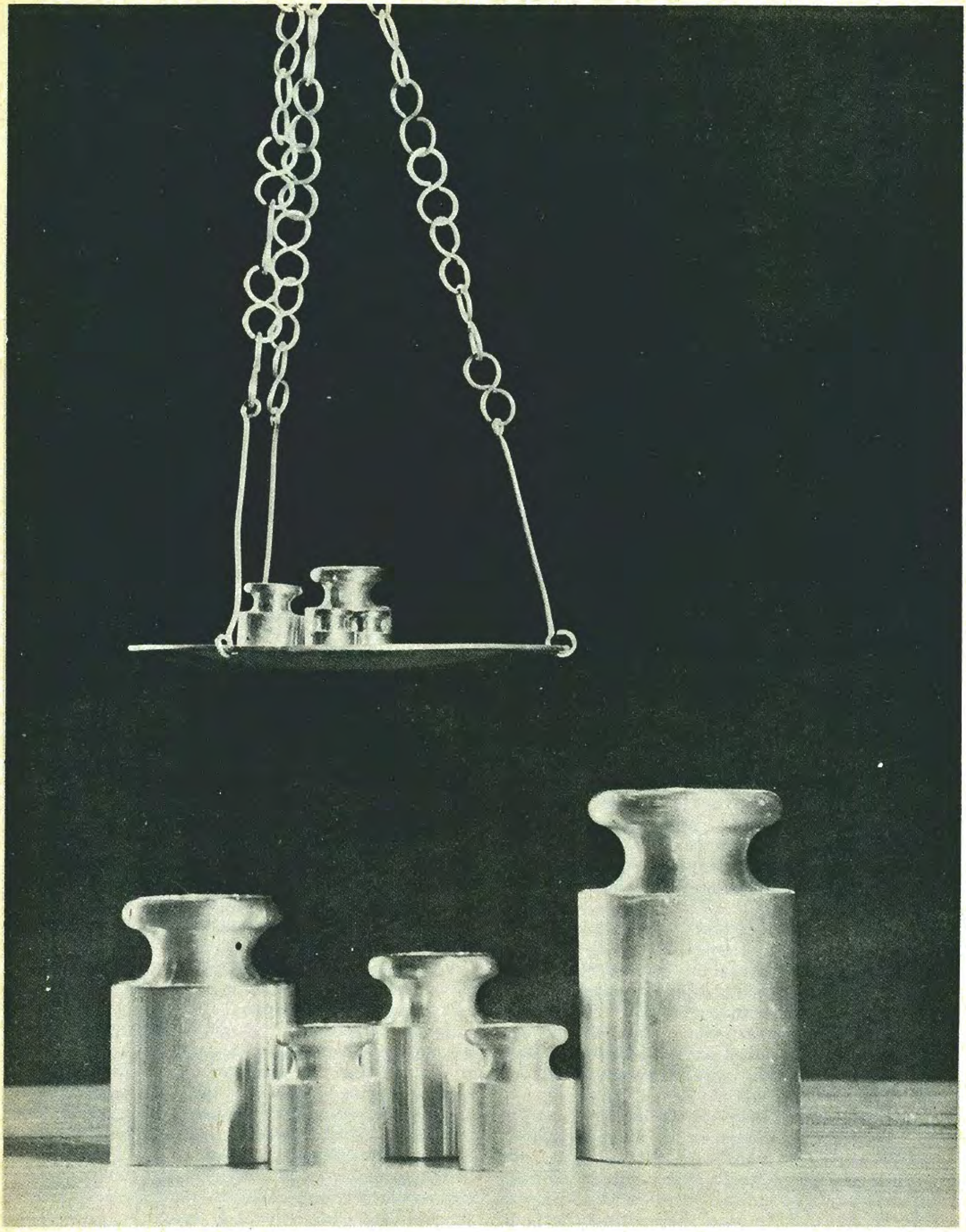
Perder peso... en moneda nacional

En el mercado nacional se pueden encontrar una infinidad de productos que van de las cremas, lociones y jabones hechos a base de algas marinas, hasta los aparatos que supuestamente "devuelven y conservan las medidas normales sin importar la edad".

Ninguno de estos métodos ha probado la eficacia que se pregona de ellos. Fuentes médicas, nacionales y extranjeras, afirmaron que algunos de los usuarios de estos tratamientos han sufrido deshidratación, dermatitis, y fibrilación ventricular provocados por el uso de alguno de los dispositivos que compraron.

Aunque son bastante conocidos los perjuicios ocasionados por la fantasía de las clínicas para adelgazar y los artículos para reducir kilos, muchas personas (se incluye aquí también a los hombres) continúan dejando allí parte de su salud, dinero, tiempo, y, lo único que conservan, son sus kilos.

"No cabe duda que la fe de la gente es mucha y las promesas son agobiantes. ¿Creer que es posible adelgazar mientras se ve la televisión? Ni un niño debería creerlo, pero ya ve, el negocio continúa. Repito, lo lógico y efectivo para perder peso, es reducir la alimentación rica en carbohidratos y hacer más ejercicio", concluyó el doctor Nieto Valdés.



El ama de casa de hoy en día debe aprender a calcular el precio unitario de un producto, porque el valor de la mercancía ha dejado de expresarse en las unidades tradicionales.

La comercialización moderna dificulta la posibilidad de comparar los artículos que se

Las galletas nacionales se empacan en más de 50 tipos de pesos distintos.

Hace algunos años el ama de casa que acudía de compras al mercado tenía un contacto directo con los productos que adquiría. Los vegetales, las frutas, la carne, el pescado, para tomar algunos ejemplos, se encontraban dispuestos de tal manera que podían ser observados, tocados, olidos y hasta probados.

En esos días, fácilmente se podía tener una idea acertada de la calidad y frescura de los artículos elegidos.

Los productos que se encontraban disponibles eran los mismos que estaban en temporada, y los manufacturados, es decir, la harina, el aceite, el azúcar y el queso, se vendían a granel. En ambos casos la población podía seleccionar sus compras en función de la calidad aparente de la mercancía y pagaba siempre el valor monetario de un kilogramo, un litro o el precio de la medida habitual que correspondía a la venta de los diferentes productos.

Hoy las cosas han dejado de ser tan sencillas. De hecho, el bien de consumo que se distribuye en envases o empaques impide el contacto visual o físico del comprador. Este depende en grado creciente de la información contenida en las etiquetas, para decidir su compra. El diseño del empaque, entonces, ha pasado a constituir una de las más poderosas herramientas de venta conocidas hasta el momento. Desgraciadamente lo atractivo de un empaque o la vistosidad de una etiqueta poco o nada tiene que ver con los artículos o falta de calidad de un producto.

La comercialización "a la segunda mitad del siglo veinte", en lo que a costo de un producto se refiere, presenta otra serie de problemas: el consumidor escasamente cuenta con la posibilidad de comparar y seleccionar precios como antaño.

El valor de la mercancía ya no se expresa en las unidades tradicionales, sino que es marcado por lata, caja, paquete o botella, envases que con frecuencia no corresponden al habitual kilogramo, litro o múltiplo de éstos. Estamos, pues, en un periodo de cantidades fraccionadas como 775 gramos o 480 mililitros.

Pero, y aquí surge uno de los principales vicios de la comercialización moderna, ¿se ha dado usted cuenta que al comprar una lata de duraznos de 23 pesos cincuenta centavos con un peso neto de 860 gramos y un peso drenado de 505 gramos está pagando a 46 pesos cincuenta centavos el kilo de duraznos, fruta que en comparación con la fresca de temporada sería mucho más barata? Por esto, es importante que siempre se tome en cuenta el peso drenado, que es el peso de los duraznos menos el almíbar; es decir, lo que el comprador básicamente está adquiriendo.

Otro tanto sucede al intentar comparar productos enlatados o empacados. Como algunos sabrán, envases del mismo tamaño no necesariamente contienen la misma cantidad del producto. En ocasiones las presentaciones para un mismo artículo son muy diversas como en el caso de las galletas que son empacadas en pesos diferentes (rebasan los 50 tipos), y en muchas mercancías el volumen del envase no corresponde a los valores más económicos por unidad.

Para evitar estas complicaciones, una serie de países han implantado exitosamente un nuevo sistema de etiquetado en el que se señala, además del precio total, el valor por kilogramo o litro que corresponda a cada artículo. De más está decirlo, pero esto facilita enormemente la labor del consumidor que desea hacer rendir de la mejor forma su gasto habitual.

Aquí en México el Instituto Nacional del Consumidor está estudiando la posibilidad de implantar un sistema similar. Para ello requerirá el apoyo de autoridades, industriales, comerciantes y, muy especialmente, de los propios consumidores.

adquieren y seleccionar los mejores precios.

¡Aprenda a calcular el precio unitario!

- Como primer paso, anote el precio y el peso drenado del producto cuyo valor unitario desee calcular.
- Luego, divida el precio entre el contenido expresado en mililitros o gramos.
- Multiplique finalmente por mil y el resultado será el precio por kilogramo o litro.

Ejemplo:

- Una lata, digamos, de "sardinas en salsa de tomate" de 425 gramos, tiene un peso drenado de 300 gramos y un precio al menudeo de $ 8.10. Ahora bien, aunque la salsa sea utilizable, lo más probable es que el comprador esté interesado en adquirir, básicamente, la sardina. Por eso, el cálculo se efectúa sobre el peso drenado del producto, es decir, 300 gramos en este caso. Entonces, se divide 8.10 entre 300. El resultado es 0.0270; se multiplica por 1000. El resultado es $ 27.00 por kilogramo de sardina.

Debe calcularse el peso drenado de un producto para saber cuánto se terminará pagando en definitiva, por el artículo adquirido.

RECOMENDACIONES

- Antes de ir al supermercado haga una lista de lo que usted necesita y trate de adquirir solamente lo que está incluido en ella. Eso le evitará compras imprevistas e innecesarias que, por lo general, aumentan en exceso su gasto.
- Revise toda la mercancía que piensa adquirir antes de la compra. Asegúrese que el empaque esté bien sellado, que la lata no se encuentre maltratada, la botella rota o el cartón con filtraciones.
- Tenga cuidado con las prácticas comerciales engañosas. Algunos supermercados, para tomar un ejemplo, han puesto luces especiales en su departamento de carnes. De esta manera el producto se ve más rojo y fresco. Saque el artículo y revíselo a la luz normal antes de decidir.
- Examine las frutas y verduras frescas expedidas en los mercados del país. Asegúrese, ante todo, que la calidad del producto sea pareja. No olvide que los artículos con partes en malas condiciones, por lo general, se esconden de la vista del comprador.
- Compare los pesos netos o drenados de las latas y empaques. Tenga siempre presente que los envases del mismo tamaño no necesariamente contienen la misma cantidad del producto.
- Coteje pesos con precios en el caso de volúmenes distintos de una misma marca. Algunas veces un tamaño más grande, paradójicamente, no resulta ser la mejor compra en términos de precio por unidad.
- Asegúrese de que las *ofertas* en realidad lo sean. En esto, usted puede recibir más de una sorpresa. Tome el tiempo que sea preciso para revisar los precios, los pesos y las calidades de lo ofrecido.
- Experimente con las marcas más económicas. Muchas veces la calidad y el precio no están directamente relacionados, y usted puede quedar agradablemente sorprendido por un marca de menos costo.
- Recuerde que en el mercado nada es gratis. Usted, el consumidor, es el que termina pagando por empaques ostentosos y campañas innecesarias de publicidad.
- Niéguese a comprar productos que no cuenten con información claramente presentada acerca de su uso. Dude de las etiquetas disimuladas o que contengan instrucciones poco legibles.

DIRECTORIO

JAMES R. FORTSON
Director General

ROBERTO E. ROJAS A.
Subdirector General

PATRICIO VEGA B.
Subdirector Editorial

HECTOR HATCH GOMEZ
Subdirector de Arte

RAMON DIEZ SUAREZ
MARGARA SMITH
ROSARIO URANGA
Redactores

JAVIER JIMENEZ BRITO
Corrector

JAVIER TORRES GUZMAN
Maquetista

GERARDO MEDELLIN VILLAFUERTE
Ilustrador

MARTHA ALICIA VILLANUEVA
Coordinadora de Producción

CARLOS CARDENAS
Coordinador del Depto. Técnico

EDUARDO DONNAY
Fotografía

ALEJANDRO CISNEROS
Asistente de Fotografía

LIC. ROGERIO CANTO CANTU
Jefe del Departamento Administrativo

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
LIC. ADOLFO LUGO VERDUZCO
Director General del Instituto Nacional del Consumidor

VOCALES
LIC. JOSE ANTONIO PEREA GAVALDON
Subdirector de Orientación y Difusión del INC

LIC. GUILLERMO WILKINS
Subdirector Técnico del INC

ALBERTO DIAZ LASTRA
Coordinador de la Subdirección de Orientación y Difusión del INC

JAMES R. FORTSON
Director General de la Revista del Consumidor

Precios:	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción Anual (12 Números)	$ 100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

LA CORRESPONDENCIA

La Revista del Consumidor se reserva el derecho de reescribir y editar a su manera toda carta que llegue a la Redacción, en el entendido que se respetará la esencia del mensaje.

Revista del Consumidor en el mundo

Señores:

La "Revista del Consumidor" es excelente, tanto en formato como en contenido. Los felicito por iniciar una publicación que proporciona a los consumidores mexicanos información clara sobre productos y servicios.

Rhoda H. Karpalkin
Consumers Union
Washington, U.S.A.

Señores:

Esperamos un intercambio de nuestras experiencias editoriales y nuestras publicaciones, por ser de enorme utilidad para la difusión de los problemas de los consumidores en nuestros dos países. ¡Bravo por su revista!

M. Ulieghe
Institut National de la Consommation
Paris, Francia

Gas... tar más de la cuenta

Señores:

Como gerente general de la Asociación Nacional de Distribuidores de Gas L.P. creo importante aclarar algunos puntos relacionados con el excesivo consumo, del combustible. Hago esto, con el único propósito de contestar públicamente a las numerosas personas que nos acusan de actos fraudulentos por sospechar que, en todos los casos, nosotros somos los causantes de que sus tanques se agoten "demasiado pronto".

La más de las veces, el gas no dura el tiempo deseado porque los usuarios:

- utilizan nuevos aparatos que consumen más combustible
- se cambian de casa sin ajustar debidamente sus estufas y calentadores en el nuevo hogar
- mandan a componer sus aparatos y éstos, ya funcionando mejor, absorben más
- sustituyen sus tuberías antiguas por otras no necesariamente iguales
- ponen chimeneas a sus calentadores de agua, lo que, a pesar de ser más seguro, redunda en mayor gasto
- utilizan agua caliente para lavar trastos o ropa
- dejan prendidos los quemadores de la estufa
- celebran fiestas o reuniones extras o ensayan recetas nuevas en la cocina, excediendo la tasa de uso normal del horno.

Es importante agregar que si no se comprueba nada de lo mencionado debe llamarse urgentemente a un técnico, única persona autorizada para determinar las causas del mal.

Felicitaciones por la revista y gracias por el espacio que puedan dar a esta carta.

Vicente Morales Galindo
Filadelfia 119-1
México, D.F.

Revista del Consumidor:

Al contrario, y puesto que ya fue entrevistado por uno de nuestros reporteros, gracias a usted por todo el tiempo que le hemos quitado.

Angélica María

Entramos al foro dos del Canal Ocho de Televisa y oímos una voz inconfundible. Es la baladista más escuchada de México en los últimos 14 años: Angélica María.

Se acerca con una sonrisa y se disculpa. No sabemos por qué. Explica: *"La entrevista se hará en los momentos que tenga entre cada toma."* Hay poco tiempo y preguntamos con urgencia:

¿Cómo te describirías?

"Como una mujer feliz, plenamente dichosa. Tuve una infancia y una adolescencia lindísimas y la maravilla de tener una madre como hay pocas. Nunca me impidió ser artista. De hecho, desde pequeña me alentó a realizarme."

"Soy feliz también, por haber encontrado al hombre que buscaba y por tener una bebita que ha venido a culminar todo."

Su cara es jovial, naturalmente animada. Y ella nos lo confirma:

"Sí, soy muy alegre. No podría ser de otra manera después de lo que he conseguido. Aunque algunas veces me enojo porque me molestan las injusticias, los malos entendidos y los chismes," confiesa sin perder el hilo de la conversación. Nos interrumpe un muchacho joven y bien parecido. Lo reconocemos inmediatamente: es Raúl Vale, su marido.

¿Cómo es que se llevan tan bien ustedes dos? ¿Por la afinidad de caracteres?

"Aunque Raúl tiene un poco mejor genio que el mío, los caracteres son parecidos. Creo que por eso nos entendemos en muchos sentidos. Además, siempre está dispuesto a ayudarme, cosa poco común en las parejas de hoy. En dos años que llevamos de casados, no hemos tenido un solo disgusto."

"Es cierto", agrega el marido. Sigue ella: *"Creemos que debemos evitar los conflictos para sacar adelante de mejor forma nuestro matrimonio. Verán ustedes,* explica, *por los nervios naturales de nuestro trabajo, a veces amanecemos insoportables. En estos casos, evitamos problemas. Raúl se va por su lado y yo por el mío. Una vez calmados, nos volvemos a reunir. Sabemos que una persona enojada puede ofender a su pareja faltándole al respeto. Y sin respecto, se acaba el matrimonio."*

Nueva intervención. Esta vez entra una señora con una niña preciosa. Por el gran parecido, no pueden ser más que la madre y la hija de Angélica María. La actriz corre hacia la niña y la coge en brazos. Nos acercamos mientras comenta:

"Mi niña es divina, aunque yo creo que heredó lo loco de sus padres. Fíjense que desde los tres meses de edad se agarraba de la cunita bailando y cantando con la música."

¿Te gustaría que tu hija fuera actriz como tú?, le soltamos de sopetón.

"Si nació para ser artista, que así

sea. Cuando ella decida su futuro, nosotros le proporcionaremos los medios e intentaremos transmitirle nuestra experiencia. Claro que si opta por ser astronauta o doctora, la apoyaremos igual."

¿Qué mundo crees tú irá a conocer tu hija en su adolescencia?

La época que se aproxima va a ser difícil. Aunque insisto en que una infancia feliz da las bases a cualquiera para ser equilibrado. También creo que los niños deben saber desde pequeños cuáles son sus obligaciones para afrontarlas en su momento. El conocer las mías me ayudó mucho para salir adelante en un medio tan duro." Mirando a su hija, agrega con cariño: *"Definitivamente: el hijo que formemos bien, saldrá adelante en cualquier época y circunstancia."*

¿Y qué piensas de la brecha generacional?

"Existe, desde luego, aunque yo no puedo decir que sea mi caso. Como ya les dije siempre he tenido una gran comunicación con mi madre. Somos grandes amigas. Y espero lo mismo de mi hija y yo." Dice luego:

"Pero sí salta a la vista la gran diferencia entre la generación de nuestros padres y la nuestra. Antes la educación era otra... Se prohibían cosas tan normales como los noviazgos. Yo nunca tuve que verme con nadie a escondidas y mi hija tampoco lo hará. Tiene unos padres que respetan su vida como ser independiente que es. No creemos que ella sea una continuación nuestra: solamente ella vivirá lo que le toque, nadie más."

En esto una persona le pide a Angélica un autógrafo para un admirador de 12 años que se encuentra enfermo. Ella accede gustosa.

Aprovechamos para preguntar: **¿qué se siente ser la "novia de México"?**

"Es un título lindísimo que me pusieron algunos periodistas y que agradezco mucho. Saben, me siento un poco como de la familia del público. Por eso todo mi trabajo lo hago pensando en que sea digno de él."

¿Has compuesto canciones alguna vez?

"De niña sí, pero realmente no sirvo para eso. Además, temo mucho al ridículo. Yo me aviento con las cosas que sé hacer, pero componer no. Es por eso que admiro tanto a Raúl. Se sienta a escribir una canción y en diez minutos está lista."

Desaparece para cambiarse de ropa y al rato vemos entrar a una muchacha vestida de morado, zapatillas de **ballet**, pelo recogido y lentes. Después de unos minutos, nos damos cuenta de que es la misma Angélica. *"Así imito a una supuesta prima intelectual"*. nos dice, mientras ejecuta unos pasos de danza clásica, acompañada de cuatro bailarines. Todos terminan en el suelo.

¿Si tuvieras tu propio programa de televisión, cómo sería?

"Me gustaría que fuera como éstos de 'Exitos Bacardí' que estoy haciendo. Me dejan imitar y hacer personajes distintos en cada programa."

"A mí me encanta disfrazarme y hacer todas las locuras que se me van ocurriendo. Estoy muy loca." Y frunciendo el ceño, continúa: *"Pero a veces me da miedo hacer estas cosas, porque no sabe una si van a caer bien o no."*

Sabemos que pronto harás una telenovela. ¿Qué opinas de ellas?

"Las telenovelas son historias de amor y creo que a todos nos gusta soñar viendo romances realizados. Son una gran distracción. Actualmente se está tratando de mejorarlas introduciéndoles más mensaje. Aquí en México estamos en el momento adecuado para hacer obras de autores mundialmente famosos, clásicos o modernos, como las que se hacen en Inglaterra."

Angélica María ha actuado en nueve telenovelas. Dos de ellas, "Ana del Aire" y "Muchacha Italiana Viene a Casarse", han abierto mercados para producciones mexicanas en Estados Unidos y países de Centro y Sudamérica.

Por su parte, la artista ha recibido más de 90 premios nacionales y extranjeros, por su actividad en radio, cine, televisión y teatro.

¿Cuál es la satisfacción más grande que has tenido en el plano profesional?

"Todos los galardones que he recibido. Han sido una buena recompensa a la realización de las metas que me fijo año con año. Al recibir cada trofeo siento como si fuera el primero. Definitivamente son un gran estímulo para mi carrera."

Presenciamos la grabación del final del programa, en donde la artista interpreta una canción que fue de sus primeros éxitos y que ella llama "de las viejitas".

Mientras esperamos a que regrese del camerino platicamos con varios de los asistentes, sobre el principal acontecimiento del momento: el nuevo sexenio. Angélica María nos da su opinión.

"Efectivamente tenemos grandes problemas; sin embargo, todos estamos muy entusiasmados con nuestro Presidente. Pensamos que las cosas irán mejor, pero claro, a base del esfuerzo colectivo."

¿Y tienes tiempo de planear tu gasto del hogar?

"Mi trabajo me impide ir de compras, pero la rara vez que lo hago, me sobrepaso. Ahora que tenga mi casa, me voy a dedicar más a ella y a aprender de problemas del hogar. Esto no quiere decir que he abandonado a los míos. Pues a decir verdad, siempre me ha preocupado la alimentación de mi familia. Llevamos una dieta bastante equilibrada. La comida de mi niña incluye principalmente carne, verduras, leche y fruta. Nada de excesos y no me gusta que coma dulces o tome refrescos. De vez en cuando una paletita, pero prefiero la leche o jugos naturales."

Mayro, Juniro, Juliro y Agostro

"Las abuelas aconsejaban evitar el consumo de pescado durante los meses que no llevaban "r", para evitar intoxicaciones. Sin embargo, las modernas técnicas de refrigeración y el transporte con que actualmente cuenta la industria pesquera de México permiten hoy en día disfrutar de este producto todo el año, ya sea limpiándolo de escamas y tripas y añadiéndole limón, sal y pimienta —como se acostumbra en muchas playas del país— o preparándolo en sofisticados platillos a la usanza de Veracruz o Campeche"

Es viernes de Cuaresma. Los puestos de pescado de La Viga rebosan de pequeños monstruos: calamares, chernas, cazones, cangrejos. El público se arremolina y arrebata los filetes de sierra, robalo y huauchinango, menospreciando las especies populares, igualmente sabrosas y nutritivas.

Toda la producción de México no bastaría para satisfacer en un momento dado la superconcentrada demanda de estos días por estas especies... particularmente gustan los filetes.

Los pescaderos hacen su *agostro;* algunos dan gato por liebre; chucumite por robalo o rubia por huauchinango. Los filetes se parecen tanto unos a otros por su color, sabor, olor y riqueza, que ni los inspectores de precios —que han recibido instrucción especial— podrían notar la diferencia. Esta última, naturalmente, se encuentra en el costo.

Las amas de casa, por su lado, se preocupan. Los precios se han "dis-

parado", principalmente el de las especies más solicitadas. Para llenar a toda la familia es necesaria una fortuna. ¿Qué hacer? ¡Seguir buscando filete empanizado de robalo, sierra o huauchinango! Y terminar llevando en la canasta trozos regulares de especies populares, aunque a precios "de pescado caro". Poco conocedoras las "marchantitas", sólo desean cumplir con la religión. En México, el consumo del pescado es un **asunto ritual.**

Después vienen los comentarios, las quejas por los abusos en los precios, etcétera... y no se vuelven a acordar del pescado sino hasta el año que sigue.

Cuaresmilla en La Viga

¿Cuáles son las especies de pescado más convenientes por su economía y buen sabor? Y a propósito de esto, ¿debe comprarse el animal entero, en trozos o en filete?, preguntó la Revista del Consumidor. Los pescaderos de La Viga nos dan largas:

— *Verá usted, estamos en la "cuaresmilla"; o sea, el periodo antes de la Cuaresma... Las ventas, sin embargo, todavía no pintan bien como en años anteriores. Pero ya se empieza a ver... lo que sí empieza a escasear es el pescado.*

— **¿Cuál?**

— *Sierra, huauchinango, robalo.*

— **¡Esto quiere decir que en la Cuaresma van a subir los precios!**

— *Pues posiblemente sí, aunque tal vez a mediados o fines de ella baje todo. Es variable, depende del tiempo, de los pescadores... y de que entre la mercancía.*

Los viernes de Cuaresma —nos explica una voz que viene de un puesto— el pescado alcanza su máximo precio. El consumo, naturalmente, se carga al huauchinango, robalo y sierra. Cuando no hay estas especies, generalmente los pescaderos ofrecen otras similares, pero a costos más elevados. Por eso es importante conocer bien los distintos animales y elegir

el que más convenga. El chucumite es muy semejante al robalo; la única diferencia es que el primero tiene una franja dorada a lo largo del cuerpo y se vende a 35 pesos el kilo.

Asimismo, dice un muchachón recién "colado" al grupo, el Cazón es carnoso y casi no tiene espinas. Puede suplir con éxito al huauchinango, agrega. Averiguamos después que los filetes de mero y extraviado son tan sabrosos como los más caros y cuestan aproximadamente la mitad.

— **¿De dónde llega el pescado que ustedes venden?**

— *De Manzanillo, Campeche, Mazatlán...*

— **¿Y Veracruz?**

— *Bueno, ahorita de Veracruz, no. Viene el Carnaval y los pescadores están arreglando su comparsa...*

— **¿Cuáles son las especies más solicitadas?**

— *La mayoría de la gente viene por huauchinango y sierra, porque les sirve para freír, para caldo, para cebiche...*

— **Y ahora que escasea la sierra ¿cuál recomiendan?**

— *El bagre y la lisa son de la misma calidad que la sierra y se pueden hacer guisos iguales.*

— **¿Lo venden entero o en filetes?**

— *Nosotros aquí lo preparamos. Se rebana, se filetea o se prepara para hacer al horno. Es el mismo sistema en todo el Distrito.*

Seguimos nuestro recorrido por el mercado. Un pescadero que nos seguía nos contesta una pregunta que momentos antes había quedado en el aire:

— *Mi consejo es que se compre el pescado entero porque sale más barato y se aprovecha mejor.*
Lo único que hay que cuidar es que el animal no tenga olor desagradable, como de amoniaco, ojos hundidos o turbios, agallas grises, carne blanda y se deshaga en los dedos.
Cuando al comprimirse queda la huella del dedo sin borrarse, o la piel se desprenda fácilmente de la carne, de seguro es que está malo.

Aprovechamos la presencia del vendedor y le preguntamos de sopetón:

— **¿Por qué la gente no pide bagre o lisa?**

— *Pues porque ya está acostumbrada a las otras especies.*

— **¿Cuánto cuesta el kilo de huauchinango?**

— *El legítimo 80 pesos el kilo.*

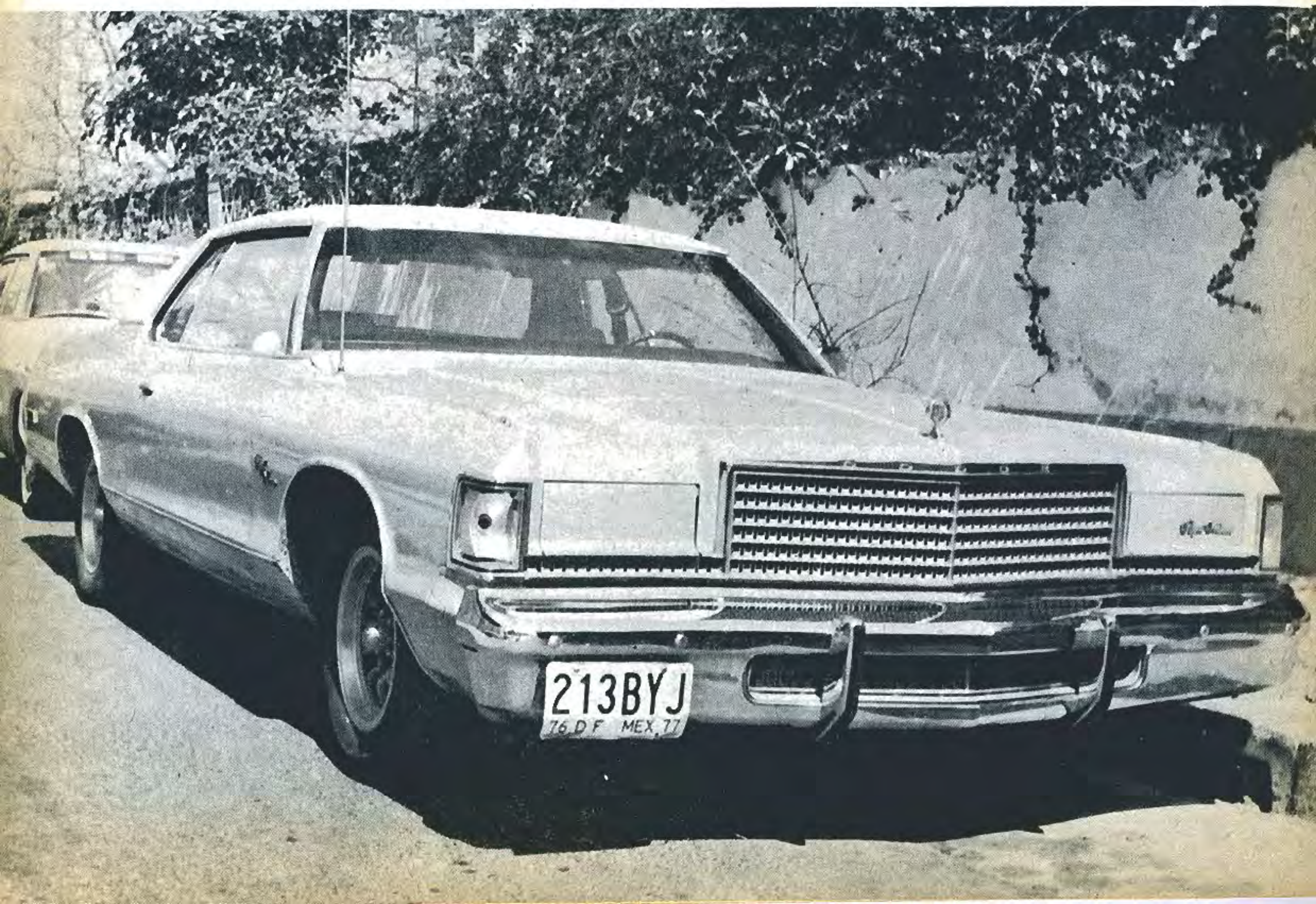
— **¿Y el cazón?**

— *El cazón 34 pesos, igual al mero.*

Tercia otro pescado que había permanecido a la espectativa:

— *Digan que estamos vendiendo barato, porque ya salió en las noticias que aquí se les roba... digan que tenemos servicio especializado para la clientela... y buen pescado todo el año... de la especie que se desee.*

EL COCHE QUE LE CONVIENE



Piénselo bien amigo, piénselo bien

Hoy más que nunca existen muchas razones para pensarlo bien antes de comprar un coche nuevo: el alza de precios del 35 por ciento en los modelos '77 con relación al año anterior, que en muchos casos está por encima de las posibilidades reales de la mayoría de la población; y el incremento del costo de la gasolina, además de los gastos de placas, tenencia y seguro, que han aumentado proporcionalmente y suman en efectivo una cantidad nada despreciable.

Pero, ciertamente, el coche se ha convertido en una necesidad, en un instrumento de trabajo para las personas que desempeñan determinado tipo de actividades. En muchos casos, pues, no queda otro remedio más que comprar uno. Al comparar los diferentes modelos que se ofrecen en el mercado, se deben valorar sus cualidades y defectos, y responder a ciertas preguntas antes de cualquier decisión: ¿cuánto dinero puedo gastar?, ¿de qué tamaño es el carro que necesito?, ¿qué uso le voy a dar?, ¿qué estilo de carrocería me gustaría?, y por último, ¿qué equipo opcional necesito? En relación con el punto anterior, recuerde que los sistemas de seguridad y de control de la contaminación ambiental son importantes.

El auto chico (Datsun, Renault y Volkswagen)

Rinde mayor kilometraje por litro de gasolina que los medianos y los grandes. En general, son menos confortables durante los viajes largos, pero más convenientes para la ciudad y viajes cortos por su facilidad de manejo y de maniobra. Puede transportar cómodamente dos adultos aun cuando los fabricantes aseguran que caben cuatro o cinco personas.

El mediano (Chevy Nova, Dodge Dart, Ford Falcon, Maverick, Gremlin, Rambler American y Valiant Volare)

Este vehículo puede acomodar cuatro o cinco adultos con razonable comodidad y llevar hasta un sexto pasajero con ciertas limitaciones de espacio. Ofrece ya ciertas ventajas que no se encuentran en los chicos.

El grande (Chevrolet Caprice, Dodge Monaco y Ford LTD)

Son los aristócratas de la rúa. Sus grandes inconvenientes: la dificultad

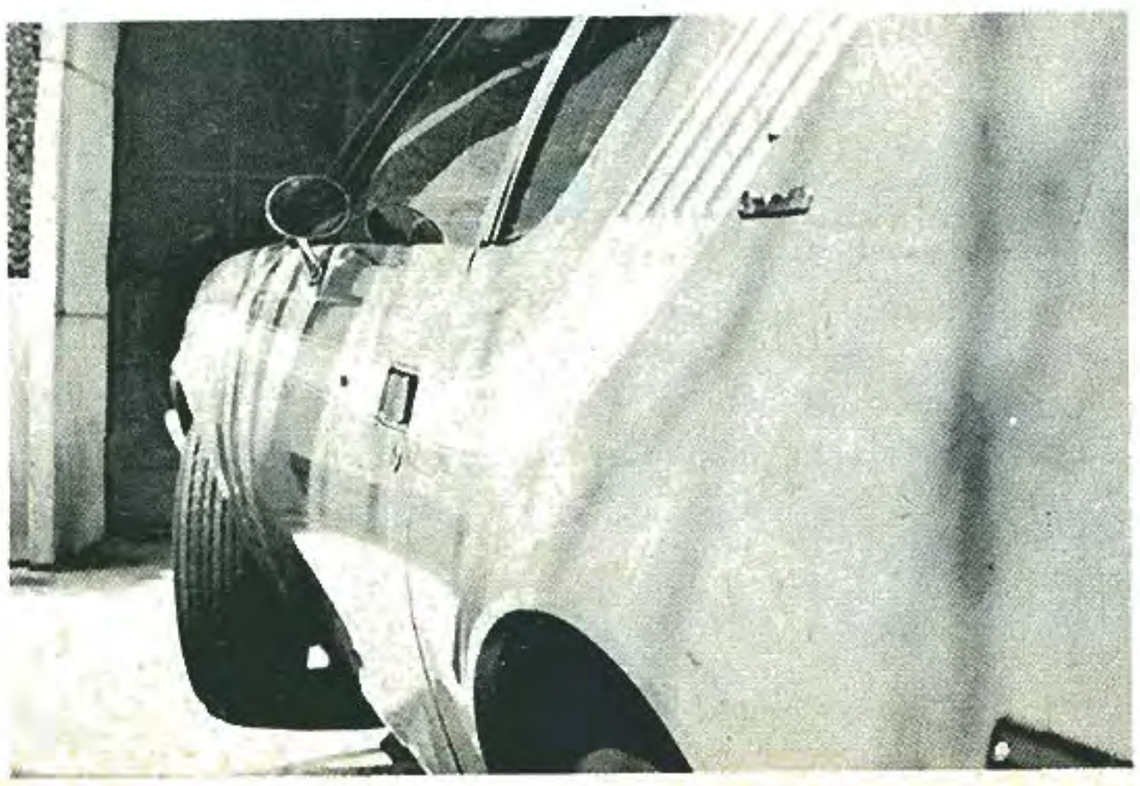
de maniobrar en condiciones de tránsito pesado y el consumo excesivo de combustible, razón, esta última, por la que tienden a desaparecer del mercado. El Chevrolet Caprice '77 es de dimensiones más reducidas que sus congéneres.

Compare y sume

En el cuadro de la página 174 se presentan algunas de las características principales de los modelos '77. Las agencias ofrecen varias opciones —que se traducen en diferencias considerables en precios— de acuerdo con el equipo extra del carro. (Radio, antena, llantas cara blanca, alfombra, molduras, franjas de colores, tocacintas, espejos, capacete de vinilo y otros). El valor económico también varía con el número de puertas, si se trata e un vehículo *hart-top* o tiene transmisión automática, aire acondicionado, antiempañante, palanca al piso, etcétera.

Algunas agencias cargan al comprador ciertos gastos extras como el de investigación de crédito (500 pesos) que debe liquidarse por adelantado, y el cobro de las letras (900 pesos).

No es conveniente creer a pie juntillas todo lo que asegure un vendedor ya encarrerado en su faena, a riesgo de sufrir una sorpresa desagradable "a la hora de la verdad".



VENTAS DE AUTOMOVILES POR CLASES (*)
(PORCENTAJES)

Clase	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976 (**)
1) Chicos (Populares)	35.68	36.60	39.63	44.32	50.10	52.03	53.86	54.42	53.90	53.56
2) Medianos (Compactos)	36.20	32.77	32.77	28.17	25.82	28.10	27.42	28.47	32.56	35.10
3) Semigrandes (Estándar)	10.52	10.28	11.36	8.94	7.51	5.41	4.61	4.34	2.73	0.99
4) Grandes (Lujo)	13.29	14.67	10.68	12.04	10.63	10.25	10.43	9.26	8.06	7.88
5) Deportivos	4.31	5.68	5.56	6.53	5.94	4.21	3.68	3.51	2.75	2.47
Total:	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

(*) Según la venta de fábrica a distribuidores.

(**) Incluye las ventas de 11 meses (hasta noviembre).

Fuente: Asociación Mexicana de la Industria Automotriz.

1) Datsun, Renault y Volkswagen.
2) American, Chevy Nova, Dodge Dart, Falcon Maverick, Gremlin, Opel, Valiant Duster.
3) Classic, Coronet, Charger, Chevelle.
4) Galaxie, Impala, Monaco.
5) Dinalpin, Javelin, Mustang, Super Bee.

Febrero de 1977.

Perejil, sí

Señores:

El otro día una amiga me discutió que el perejil no servía más que para adornar los platos. Yo por mi lado argumenté que tenía propiedades nutritivas. ¿Quién tiene la razón?

Dolores Aguirre Diaz
Pedro Moreno 423-312
Guadalajara, Jal.

Revista del Consumidor:

Usted. De hecho el perejil es una planta con más vitamina C que la propia naranja, a pesar de que los griegos la utilizaban para quitarse el mal aliento, los romanos como afrodisiaco y muchos nacionales, como usted menciona correctamente, para acicalar los alimentos.

Este condimento contiene, además, vitamina A, proteínas, calcio, fósforo y hierro.

De los males, el menor

Señores:

En su interesante reportaje sobre el agua, (No. 2 de Revista del Consumidor) ustedes mencionan que en latinoamérica sólo el 30 por ciento de la población total cuenta con alcantarillado.

Ahora pregunto yo: ¿No creen ustedes que del enorme presupuesto destinado a combatir las enfermedades en el continente debería substraerse una parte importante para solucionar de raíz esta cuestión?

Gilberto Guajardo Loza
Miguel Hidalgo 27
México, D.F.

Revista del Consumidor:

¡Claro que lo creemos!, aunque permítanos informarle que este problema no solamente es uno de abrir calles y colocar tubos sin destino.

Para tratar correctamente los desechos humanos (aguas negras) deben construirse verdaderas redes de alcantarillado que desemboquen en una serie de lagunas llamadas de "estabilización". Ahora bien, esta solución, de acuerdo a los técnicos de la Secretaría de Salubridad y Asistencia consultados, es económicamente posible cuando los poblados tienen más de dos mil habitantes y están convenientemente concentrados.

De lo contrario, es decir si un territorio no cumple con los requisitos de un mínimo de habitantes y además estos últimos se encuentran dispersos, el único recurso a mano es el de levantar fosas sépticas, método alternativo y barato para tratar las aguas negras de manera individual.

La Comisión Constructora e Ingeniería Sanitaria de la S.S.A. (Córdova No. 49, 5o. piso; Tel.- 511-47-86, en la ciudad de México) facilita gratuitamente toda la información necesaria para la correcta edificación de cualquier tipo de letrina sanitaria. El mismo organismo cuenta con promotores en cada Estado de la República, de quienes se puede recibir ayuda adicional.

CARACTERISTICAS DE LOS AUTOMOVILES MODELO 1977

				1	2	3	4	5	5	6	5	5	5	7	5	5	8
	MARCA	MODELO	TIPO	Precio Comercial de Lista ($)	Tenencia y Placas ($)	Seguro del Automóvil ($ 1 Año)	Número de cilindros	Cilindrada c.c.	Peso del Vehículo Vacío (Kgs.)	Tipo de Gasolina	Capacidad del Tanque de Gasolina (Lts.)	Frenos: D=Delantero T=Trasero	Garantía	Cupo (Personas)	Espacio en Cajuela (Dms.^{3})	Espacio para Estacionarse (Mts.)
ECONOMICOS	DATSUN	VAGONETA	4 PUERTAS	100,534	1,900	5,518	4	1565	990	Nova 50% Extra 50%	45	D=Disco T=Tambor	10,000 km. 6 Meses	4	1,580	6.17
	DATSUN	SEDAN	4 PUERTAS	89,293	1,300	5,386	4	1565	945	Nova 50% Extra 50%	45	D=Disco T=Tambor	10,000 km. 6 Meses	4	1,034	6.12
	VOLKSWAGEN	SEDAN	2 PUERTAS	74,423	1,100	5,829	4	1584	820	Nova	40	T=Tambor	30,000 km. 1 Año	4	150	6.06
	RENAULT	R - 4L	4 PUERTAS	50,000	1,200	5,845	4	1100	650	Nova	28	D=Disco T=Tambor	6 Meses	4	385	5.00
	RENAULT	R - 5	2 PUERTAS	84,667	1,200	5,982	4	1289	760	Nova	41	D=Disco T=Tambor	6 Meses	4	270	6,00
	RENAULT	12 - TL	4 PUERTAS	89,295	1,200	6,135	4	1289	900	Nova	50	D=Disco T=Tambor	6 Meses	4	420	6.00
	RENAULT	12 - IN GUAYIN	4 PUERTAS	110,717	1,500	6,135	4	1289	950	Nova	50	D=Disco T=Tambor	6 Meses	4	910	6.50
	RENAULT	12 - TS	4 PUERTAS	115,000	2,600	6,135	4	1647	990	Nova	50	D=Disco T=Tambor	6 Meses	5	420	6.00
COMPACTOS	RAMBLER	GREMLIN	2 PUERTAS	99,190	2,100	5,395	6	4230	1300	Nova	60	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	4	760	6,16
	RAMBLER	AMERICAN	2 PUERTAS	110,952	2,100	5,420	6	4230	1350	Nova	70	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	314	6.59
	RAMBLER	Vagoneta American SID	2 PUERTAS	120,115	2,900	5,833	6	4622	1345	Nova	70	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1.596	7.20
	RAMBLER	PACER	2 PUERTAS	140,617	2,900	6,022	6	4622	1550	Nova	84	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	835	6.36
	VALIANT	VOLARE	2 PUERTAS	115,936	2,000	5,710	6	3685	1467	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,590	7.20
	DODGE	DODGE DART	2 PUERTAS	125,665	2,800	5,395	6	3685	1480	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,430	7.20
	DODGE	DODGE DART	4 PUERTAS	120,105	2,800	5,395	6	3685	1480	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,430	7.20
	DODGE	DODGE DART	2 PUERTAS	143,804	2,800	5,395	8	5896	1480	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,430	7.20
	DODGE	DODGE DART	4 PUERTAS	141,376	2,800	5,395	8	5896	1480	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,430	7.20
	DODGE	Vagoneta Dodge Dart	4 PUERTAS	134,235	2,800	5,395	6	3685	1480	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	N.D.	7.20
	CHEVROLET	Concours de Lujo	2 PUERTAS	132,620	1,200	5,865	8	5735	1300	Nova	79	D=Disco T=Tambor	19,300 km. 1 Año	5	1,200	7.20
	CHEVROLET	CONCOURS	2 PUERTAS	112,967	1,200	5,670	6	4097	1300	Nova	79	D=Disco T=Tambor	19,300 km. 1 Año	5	1,200	7.20
	CHEVROLET	Chevy Nova	2 PUERTAS	111,851	1,200	5,865	6	4097	1300	Nova	79	D=Disco T=Tambor	19,300 km. 1 Año	5	1,200	7.20
	CHEVROLET	Nova Malibú Rally	2 PUERTAS	132,985	1,200	5,865	8	5735	1300	Nova	79	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	1,200	8.00
	FORD	MAVERICK	2 PUERTAS	112,479	2,200	5,395	8	4949	1340	Nova	59	D=Disco T=Tambor	20,000 km. 1 Año	5	N.D.	7.20
	FORD	MAVERICK	4 PUERTAS	116,410	2,200	5,395	8	4949	1420	Nova	59	D=Disco T=Tambor	20,000 km. 1 Año	5	N.D.	7.20
DEPORTIVOS	FORD	Hartop Mustang	2 PUERTAS	179,110	5,200	5,833	8	4949	1460	Nova	59	D=Disco T=Tambor	20,000 km. 1 Año	5	N.D.	7.00
	VALIANT	SUPER BEE	2 PUERTAS	144,327	2,800	5,833	8	5896	1340	Nova	68	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	5	N.D.	7.20
GRANDES	FORD	LTD	2 PUERTAS	204,881	5,200	6,220	8	5751	1885	Nova	85	D=Disco T=Tambor	20,000 km. 1 Año	6 9	N.D.	8.00
	CHEVROLET	CAPRICE	2 PUERTAS	235,430	5,200	6,220	8	5735	1705	Nova	76	D=Disco T=Tambor	19,300 km. 1 Año	6 9	N.D.	8.00
	DODGE	MONACO	2 PUERTAS	246,477	5,800	6,616	8	5896	2098	Nova	100	D=Disco T=Tambor	19,000 km. 1 Año	6 9	N.D.	8.00

1) Información proporcionada por las empresas fabricantes y las agencias distribuidoras exclusivamente.

2) Precio del automóvil austero con transmisión estándar, es decir, sin equipo opcional de lujo. No coincide con el valor oficial autorizado por la Secretaría de Comercio porque incluye el impuesto sobre ingresos mercantiles y probablemente otros accesorios no especificados.

3) Cantidad cobrada en la agencia por concepto de trámite de placas y tenencia. Esta, en general, resulta mayor que las gestiones que pagará el comprador si decide efectuar él mismo los trámites correspondientes.

4) Costo estimado en el caso de una "cobertura amplia", tomando como base las especificaciones técnicas generalmente usadas, "Responsabilidad Civil 200/400 /800 y Gastos Médicos 50/250 miles de pesos, que aparecen en el apartado Ramo de Automóviles del Manual de Pólizas y Tarifas de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.

5) Información publicada por las compañías armadoras.

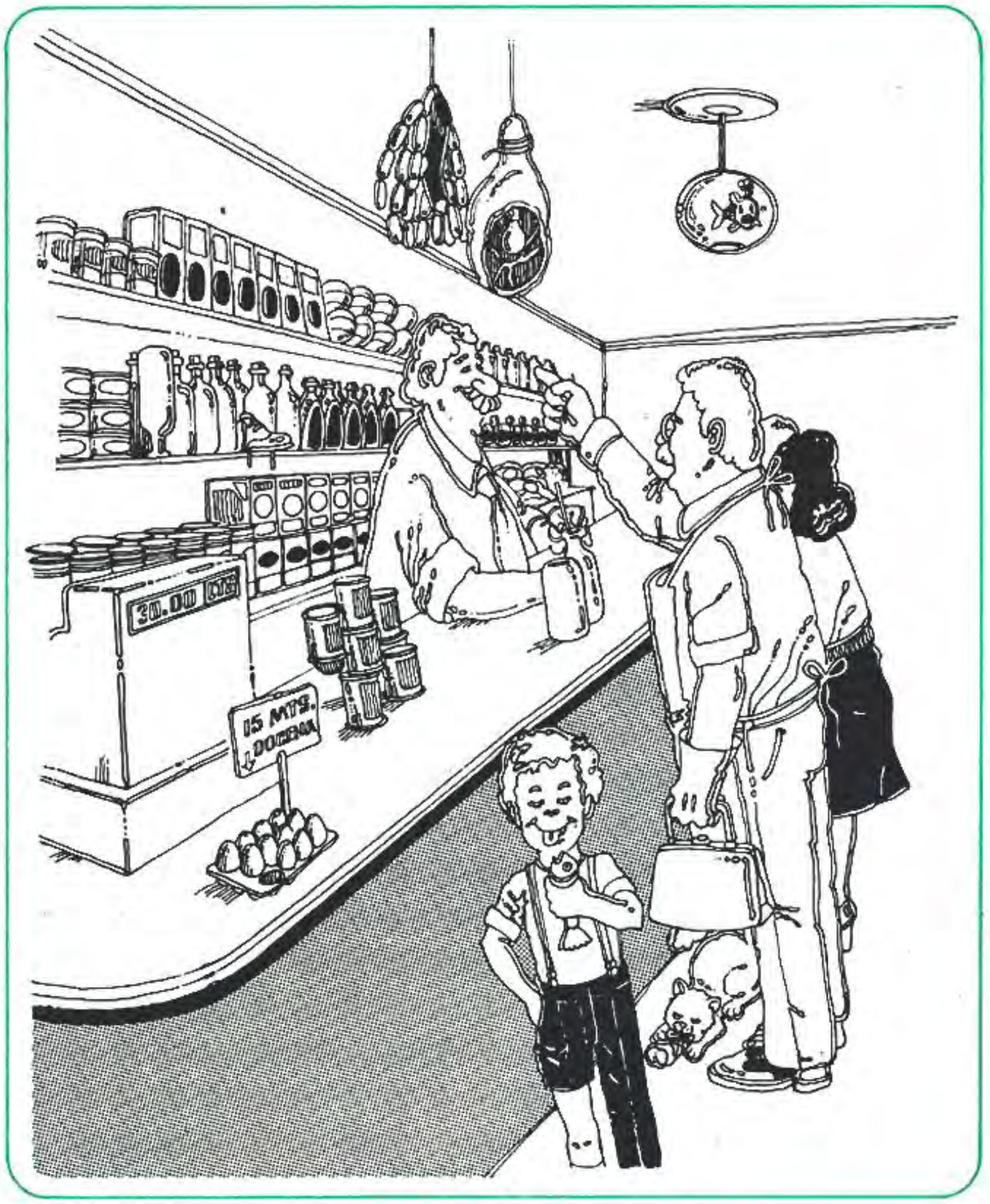
6) Peso del vehículo vacío, listo para marchar.

7) Otorgada por la planta ensambladora según lo que ocurra primero.

8) Incluye la longitud del automóvil y más 2 metros.

9) A pesar de que en el Distrito Federal ningún automóvil está autorizado para transportar más de cinco pasajeros, en los grandes caben hasta 6 con adecuado confort.

N.D. No Declaró.



2.- ¿Puede encontrar los 18 errores que cometió el artista?

R A B P A D H E P L A C T A N C I A
O U E O I T O U F I P S O T R I M C
I S T F C M E S D E T L D O M O E G
A L C A N T A R I L L A E I T S A H
I N Q B R O L B R S A B P N U S F C
R E I R S E L C J U R A I H R E C Q
E K Z E A O N E T R A S C U I T O R
F R B L F D I D F V B T O M S P M D
I O J P G A C A O I H E L A T N P Y
R V S V D S C Z Z D M C E R A E L Q
E I H R S I L O C O H E V X F Z E C
P T L A R E N U F B I C F G E P M P
P A Y C N L O G U E J I L C U O E A
L M O I R I D E P X E M A I Q R N I
O I M R A I L I C N O C H L E K T S
U N N B N B Q M X U A C A J H N O A
C A L U D N A L G O H S I R C G T J
A B O L S I L L O B O L O D I U R E

3.- ¡Qué lío! En esta lista hay 30 palabras relacionadas con el *consumidor*. Los vocablos, escondidos en el diagrama, se pueden leer hacia adelante, atrás, arriba, abajo o diagonalmente. Siempre están en línea recta y nunca se discontinúan. Además, se sobreponen frecuentemente y una letra puede utilizarse más de una vez. ¡Ahora, a encontrarlas!

CEDAZO	*SARTEN*	*LUBRICAR*	*SINTOMA*	*BOLSILLO*
CLIENTE	*VELOCIPEDO*	*CHEQUE*	*EXPEDIR*	*DOSIS*
CAFEINA	*PEREJIL*	*VITAMINA*	*GAS*	*COMPLEMENTO*
ABASTECE	*LACTANCIA*	*FUNERAL*	*ALCANTARILLA*	*GLANDULA*
OBESO	*CACAO*	*PERIFERIA*	*PAISAJE*	*TURISTA*
RUTA	*SOLAZ*	*RUIDO*	*CONCILIAR*	*INHUMAR*

Soluciones en la página 192

EL INVITADO DEL MES

Consumados y Consumidos

Por JOSÉ AGUSTÍN

Definitivamente, el término "consumismo" no me parece el más feliz, pues dudo que revele la esencia de aquello que se quiere plantear. Hace un siglo, Carlitos Marx dio a ese fenómeno el nombre —también discutible— de "capitalismo", pero como éste connotó finalmente revoluciones, subversión y una idea muy clara —aunque unilateral— del problema, los sagaces bautizadores occidentales optaron por empezar a hablar de "sociedad de consumo". El término es infeliz por vago: es claro que todas las sociedades que han existido —salvo, quizá las matriarcales— han sido "de consumo", pues ya sea con oro, con cacao o con lo que sea, el ser humano ha necesitado hacer transacciones comerciales para "consumir" aquello que requiere y que él mismo no puede llegar a producir.

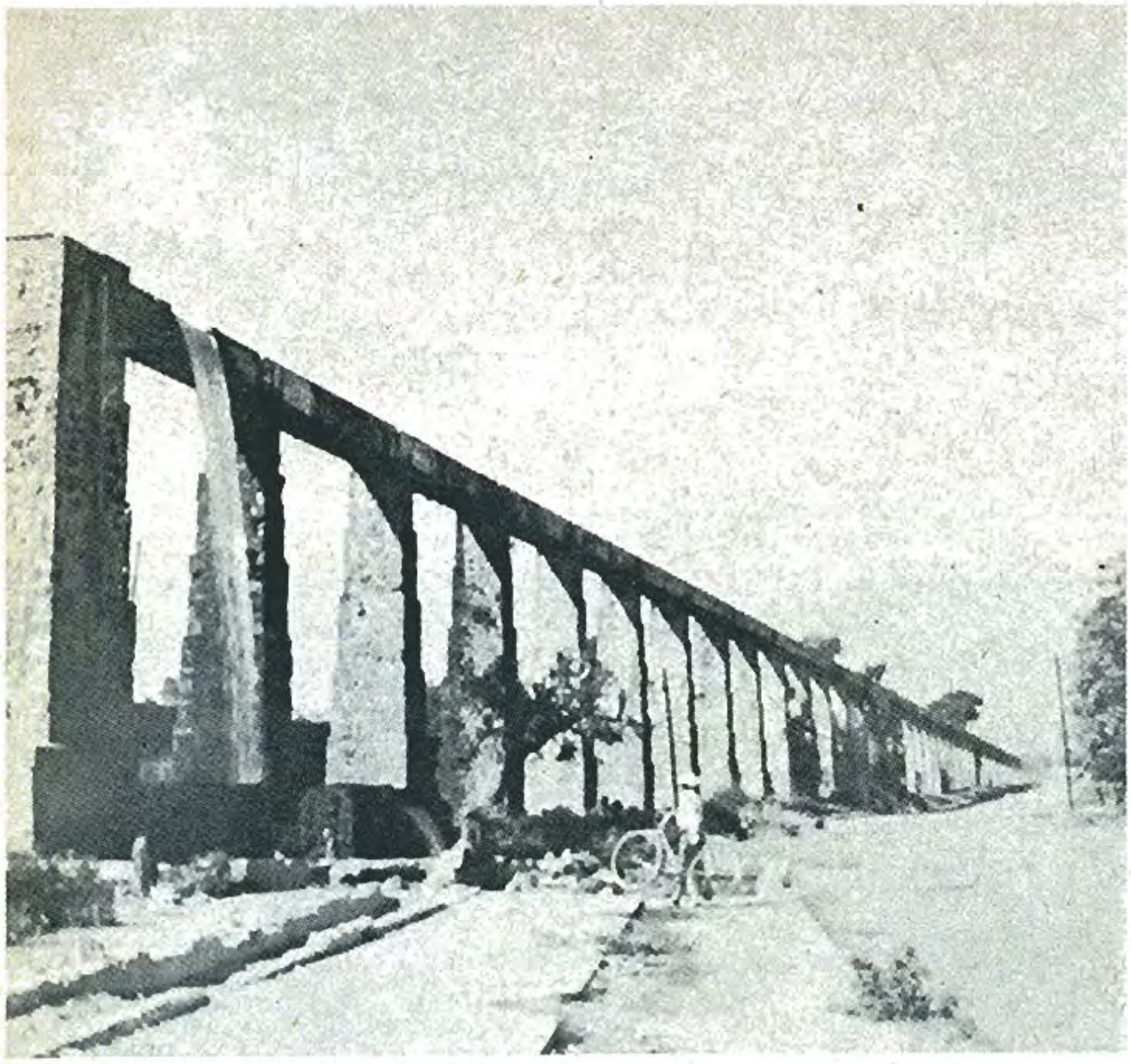
Nuestra "sociedad de consumo", en el fondo, es aquella misma de la que ya hablaba el buen Marxín: el consumo rebasó con mucho las necesidades inherentes y se convirtió, sin disimulos, en una franca enajenación. Esta tiene dos vertientes; en la primera, están los productores de lo que se consume: su enajenación les indica —como a los demás a través de otras formas— que la raíz del asunto estriba en ganar dinero; cuanto más, mejor, aunque a la larga la riqueza pierda sentido al acumularse en poquísimas manos; por tanto, se ven precisados a imbuir en sus compradores la sugestión casi hipnótica de que deben de comprar por comprar, no porque necesiten algo. Es obvio que esta sugestión ha penetrado hasta lo más profundo, y aquí se halla la segunda vertiente del fenómeno: la circunstancia de que toda la sociedad no cuestione el hecho de adquirir, y que compre hasta las cosas más ridículas porque "así debe hacerse". Ambas vertientes son, pues, la misma; o, más bien, son caras de la misma moneda. En ciertos momentos el público consumidor parece adquirir un poco de conciencia —sobre todo en épocas críticas como ésta— y se indigna porque se vende tanta cosa innecesaria, ¡y a qué precios, además! Pero en ningún momento intenta transmitir su conciencia a los productores de los objetos de consumo, así es que el círculo vicioso continúa *ad eternum*, a pesar de que el tal círculo se vaya estrechando cada vez más: haciendo más ricos a los ricos y más miserables a los pobretones.

Quizá la esencia del "consumismo", del "capitalismo", sea pura y simple enajenación, que en este caso es muy grave porque se finca en lo más transitorio, lo más fugaz e irrelevante: lo material. Los grandes millonarios, así como los más viles compradores, piensan que su forma de vivir está bien, que la felicidad y la seguridad en la vida se halla en el dinero, y por tanto sepultan los dioses de sus ancestros y erigen en el dinero y en el consumo la nueva deidad. Como decía Ezra Pound, el máximo valor es la usura. En el fondo, cualquiera sabe que unos ahorritos no generan ninguna panacea contra la infelicidad, como atestiguan los que ya perdieron la mitad de su dinero en las devaluaciones recientes, y que comprar por el mero gusto de hacerlo sólo implica una compulsión. El sentido común —que uno sabe intoxicar muy bien— indica que la esencia de la vida de uno jamás se va a encontrar por allí. Sin embargo, damos oídos sordos a la sensatez que aún subsiste en nosotros y sólo los golpes horrendos, caóticos, que cada vez más padecemos nos obligan a tomar una mínima determinación al respecto. Tan es así, que la revista que ahora admite mis líneas acaba de ser publicada, cuando el terrible problema del "consumismo" nos afecta desde hace ya muchísimo tiempo

Muchas de las soluciones que se han dado a este tema han resultado, con el tiempo, unilaterales o de plano inoperantes. Por una parte, ningún milagro económico propugnado por Milton Friedman va a solucionar el mal; pero, también, las soluciones de "colectivización" existentes han demostrado que, aunque se distribuya mejor la riqueza, no solucionan el fenómeno, y, si no, hay que ver a los soviéticos felices porque ya pueden comprar una pepsicola.

Tengo la impresión de que en las soluciones ortodoxas, capitalistas y socialistas, hay mucho que reflexionar. Ni una ni otra, por unilaterales, son la panacea, y por tanto han sido bienvenidas las fórmulas tentativas —como la de Allende en Chile— que buscan curar esa enajenación. Creo que aquí en México aún estamos lejos de ver la realidad, pues continuamos llamando "economía mixta" lo que Miguel Alemán —y con razón— no titubea en llamar "capitalismo". Sin embargo, el que al fin surja conciencia de este problema —y con ella la creación de organismos y publicaciones como ésta— es algo muy importante.

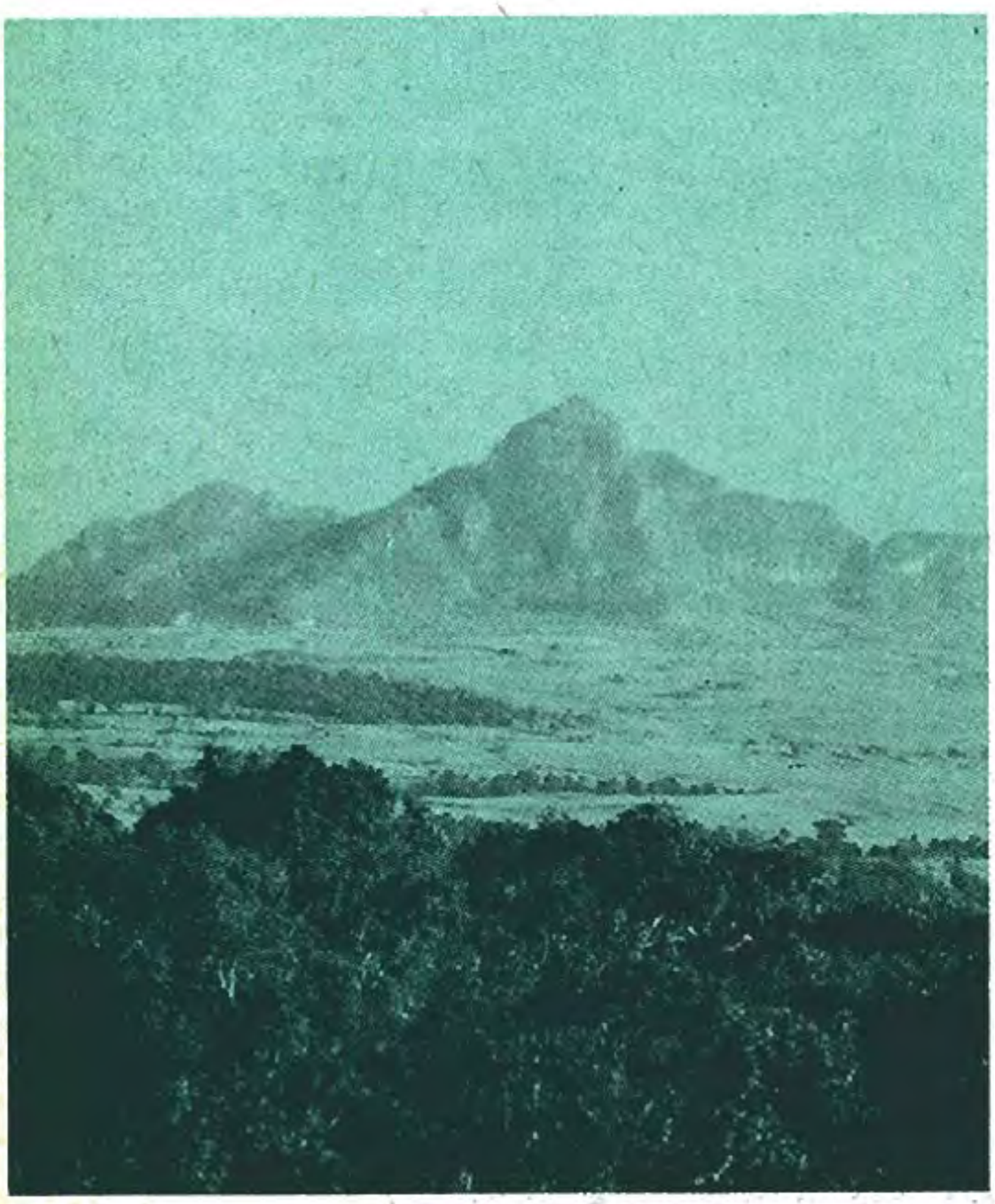
Lo decisivo, pienso —pero no me hagan mucho caso— está en tomar conciencia. Y para ello se requiere un desarrollo cultural que el país necesita a gritos. Por tanto, he aquí una proposición transitoria: ya que se trata de gastar, ¿por qué no hacerlo en libros y en otras formas de cultivo espiritual?



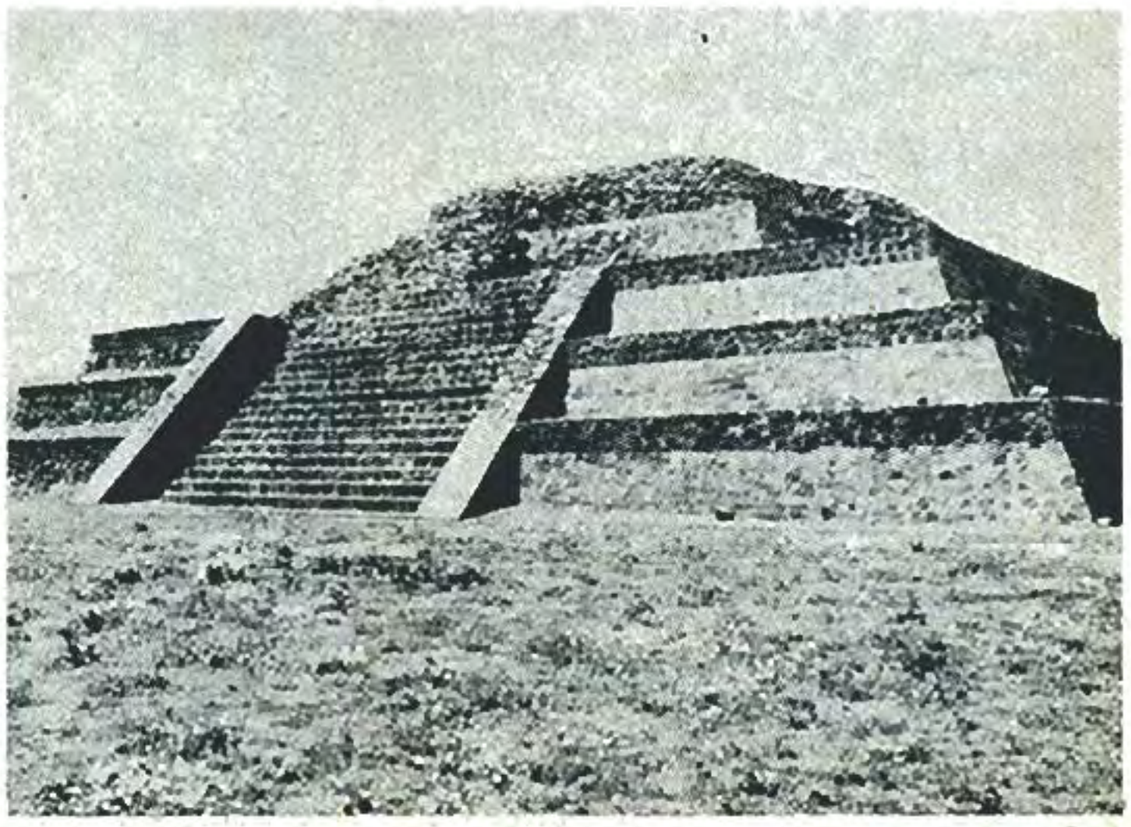
Acueducto de Atlixco, Pue.

Fragmento del Mural del Palacio de Cortés en Cuernavaca, Mor.

Salí, vi, me divertí



El Tepozteco visto desde la carretera México-Cuautla.



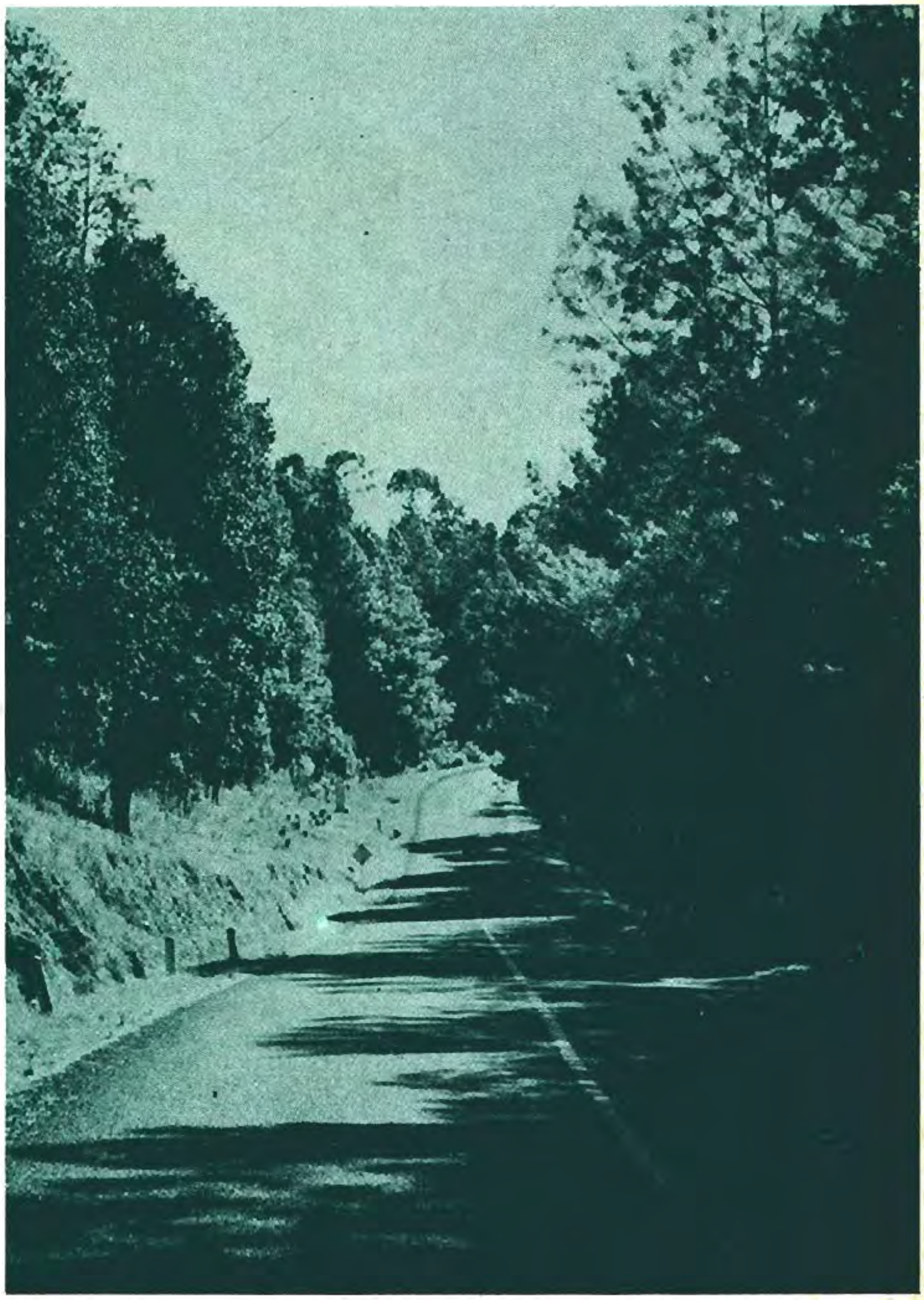
Pirámide de La Luna, Teotihuacan , Edo. de México.

"Después de pasar toda la semana atornillado en mi oficina y viajando en camiones de segunda, apestosos y apretados, masticando el esmog de la ciudad, me sentía tan agotado que no hallaba fuerzas para levantarme y en la cama me pasaba el domingo con los ojos irritados y fijos en la pantallita de mi televisor, echando pestaña a ratos, aburrido, o leyendo las mismas noticias de siempre: un hombre roba un banco, otro mata a su mujer y un tercero salta de un quinto piso... sólo los nombres cambian."

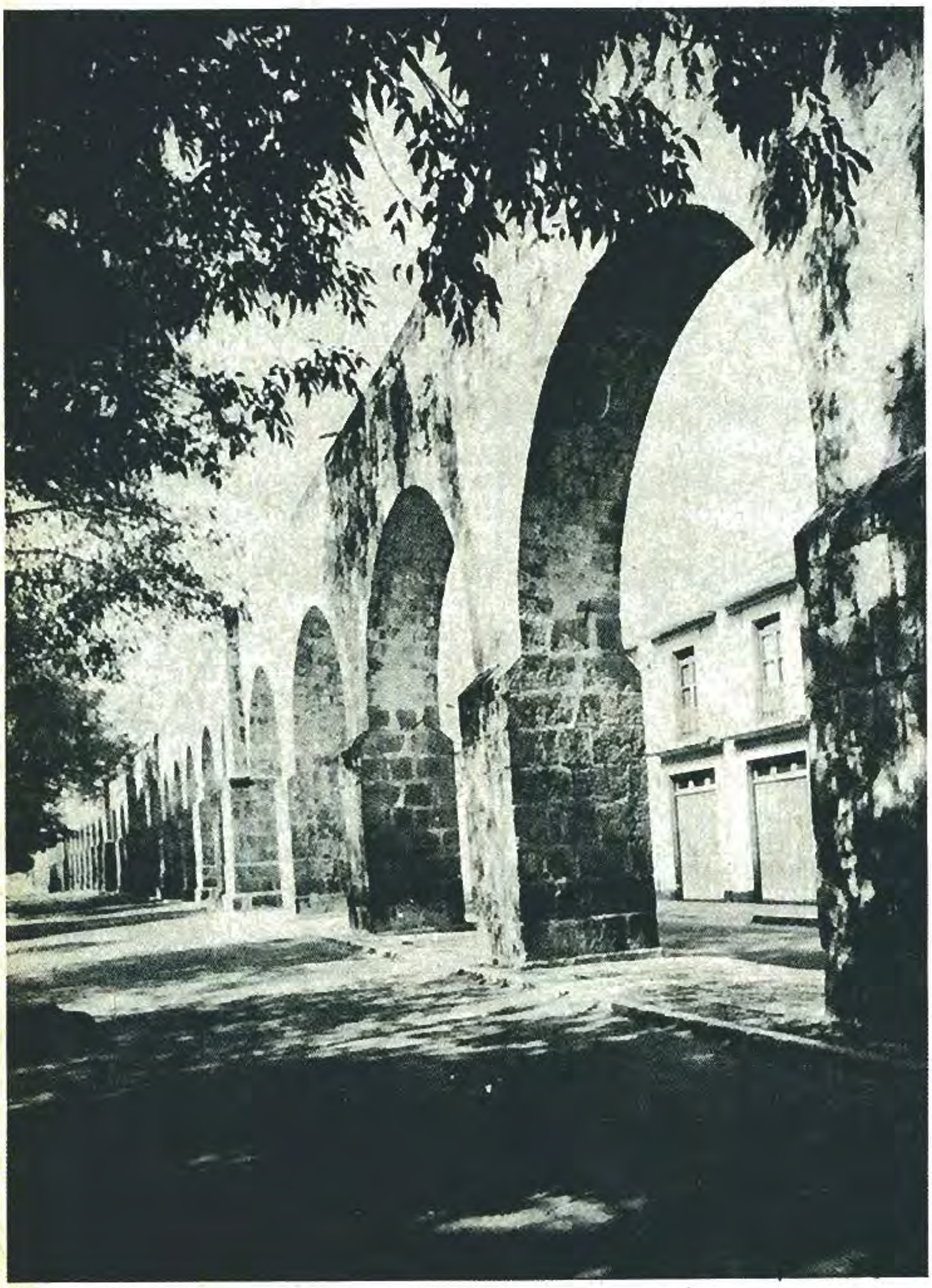
"¡Qué desperdicio! Y pensar que así perdí tantos domingos, hasta que una voz amiga me hizo ver la luz: ¡No te aplatanes, disfruta tu domingo, aprovecha la conquista del séptimo día, si ya no somos esclavos...!"

"No, pos sí. Bien que vale la pena. Los que vivimos en el Distrito Federal, amontonados y estorbándonos los unos a los otros todo el santo día, tenemos una ventaja: estamos rodeados de grandes bellezas. Para donde uno voltee, los alrededores son preciosos. No se sabe cuál escoger. Y qué bueno, porque los va uno conociendo poco a poco, al fin que los domingos lo que sobra es tiempo. Desde los paisajes alpinos de los alrededores de Toluca, hasta los rumbos del calorcito de Morelos. Pero eso sí, el oxígeno es el mismo, tanto de los pinos del Nevado como los mangos de Cuernavaca, y destapan la cañería de los bronquios cuando se respira profundo. ¡Ah, que airecito tan sabroso!"

Así hablaba un sufrido capitalino que por fin halló la forma de pasar a gusto sus domingos, y de "cargar las baterías" con el oxígeno que por los alrededores está, de verdad, "tirado."



Tramo de la carretera federal a Puebla, Pue.



Perspectiva de las bóvedas del acueducto de Morelia, Mich.

Los alrededores

Antes era divertido ir a Chapultepec, cuando estaba tranquilo, pero ahora hay que hacer cola para las lanchas, para el trenecito, etc., y cuando empiezan las colas, de plano se acaba el gusto. En cambio, rumbo a Puebla están los parques de Zoquiapan, por la carretera vieja, y Llano Largo por la súper. En Popo Park, se pueden tocar los volcanes con sólo extender la mano. ¡Y qué bosques, para montar a caballo!

A un paso de Toluca, el parque del Nevado, con sus lagos que conforme pasa el día van cambiando de color. O bien, cerca de Pachuca, El Chico, primer parque nacional de la República. También rumbo a Pachuca se encuentra el Rancho Ojo de Agua, un viejo casco de hacienda con todo el encanto de antaño.

La ruta de los balnearios

Y ni hablar del estado de Morelos, donde abundan los manantiales, ríos y lagos; en Cuautla, Agua Hedionda, llamado así por sus aguas sulfurosas de olor característico; Oaxtepec, uno de los lugares favoritos del emperador Moctezuma, hoy a la mano de cualquier ciudadano; Atotonilco, próspera sociedad de ejidatarios, con su manantial que hace correr el agua mansamente por albercas a distintos niveles; y Cocoyoc, preciosa exhacienda arreglada a todo lujo, llena siempre de güeros y riquillos.

Por aquel mismo rumbo de los balnearios, también podemos ir a Temixco, Palo Bolero y Real del Puente; la Hacienda de Vista Hermosa, para recrear los pecadores ojos con tesoros artísticos e históricos; Tequesquiten-

Iglesia del Ex-Convento de Tepozotlán, Edo. de México.

go, lago artificial para nadar y esquiar; Tehuixtla, con su puente colgante; El Rollo (ya cerca de Zacatepec); Las Estacas, Jojutla... es interminable la lista. Estos son los lugares conocidos, pero el que tiene espíritu explorador descubre nuevos parajes con la ventaja de sentirlos casi de su propiedad particular. En todos estos lugares se encuentra de comer, aunque es mejor llevar una canasta con las tortas.

También por otros rumbos, y todos muy cerca del Distrito, hay otros balnearios: Ixtapan de la Sal, en el estado de México y Tequisquiapan en Querétaro. Allí hay hoteles para pasar el fin de semana.

La montaña

Para los caminantes, el reto está en el Popo y el Ixta. Hay excursionistas que caminan por una ruta en forma de ocho alrededor de estos volcanes y visitan pueblitos olvidados que conservan el encanto de la provincia. Lugares a donde no llegan los vehículos y gente que no conoce un automóvil. Es increíble, ¿verdad?

En las faldas de los volcanes existen albergues a donde se puede llegar cómodamente y acampar antes de donde comienza la nieve.

En Tepoztlán, Morelos, los caminantes suben por el cerro rocoso hasta la pirámide del rey tepozteco. ¡Lo que se mira desde esas alturas!: los ojos se estiran y descansan, como lo hace uno por las mañanas...

En las lagunas de Zempoala se halla tranquilidad y sosiego. Están a 16 Km. de Tres Marías en el estado de Morelos. Uno puede pescar y montar a caballo, o caminar por los numerosos senderos.

Ex-Hacienda Villa Hermosa de Cuernavaca, Mor.

Panorámica del Popocatépetl.

Por la carretera a Toluca se encuentra la Marquesa; un poco más allá, el Valle del Silencio y el de los Conejos, de prados y bosques de pinos que no alcanza a cubrir la vista.

Zonas arqueológicas

¿Y qué decir de las zonas arqueológicas? Son el legado de nuestros antepasados indígenas, y si vienen extranjeros de tan lejos a mirarlas, por algo será. El chiste está en descubrir su encanto.

Muy cerquita tenemos Teotihuacan, Tula y Cholula. La más imponente es Teotihuacan. Tiene varias pirámides: la más alta y voluminosa es la del Sol, y la más hermosa, tal vez, la de Quetzalcóatl. Y para no quedarnos en blanco, lo mejor es atender al espectáculo "Luz y Sonido" que se presenta todas las noches a las ocho, menos los lunes.

Tula, por la carretera a Querétaro, fue la capital de los toltecas y residencia del dios blanco, Quetzalcóatl. Las esculturas gigantes de los atlantes son tan impresionantes, que algunos escritores de ciencia ficción dicen que son extraterrestres.

En Cholula encontramos la Gran Pirámide. Se puede entrar a ella por una serie de pasadizos y observar las siete estructuras superpuestas que la constituyen. En su cúspide los españoles edificaron el templo de la Virgen de los Remedios.

Cuevas y cavernas

Al llegar al kilómetro 100 de la carretera a Acapulco es obligado visitar las Grutas de Cacahuamilpa, cavernas naturales que parecen hechas por las manos de un artista moderno, con formaciones que representan, estilizadas, las figuras más caprichosas: El Sombrero, El Castillo con su príncipe, el Salón de los Tronos... en realidad es obra del agua que se ha filtrado durante siglos.

Africam

Y cerca de Valsequillo, a 23 Km. de Puebla, se encuentra Africam, con fieras africanas en estado natural, libres en el campo. Esto hay que verlo desde un vehículo cerrado, pues se corre el riesgo de servir de desayuno al rey de la selva.

Arte colonial

Los que gustan del arte colonial disfrutan en los pueblos de Tepozotlán y Acolman, ambos en el estado de México. El primero, rumbo a Querétaro, famoso por su Museo del Virreinato, un exconvento que reúne el arte pictórico de tres siglos de dominación española. La capilla recubierta de oro es una muestra impresionante de arquitectura y riqueza.

En Acolman, puede visitarse el exconvento de San Agustín, arte renacentista español. Construida por frailes franciscanos en 1539, con techo de madera y los muros del presbiterio cubiertos de pinturas al fresco. Y cerca de allí, el museo de Tepexpan, también digno de visitarse.

Y para qué seguirle. Una vez que se han visitado estos lugares, uno solo se encarga de investigar más y más: Chalco, Tlalmanalco, Amecameca; Texcoco; Tepeji del Río y San Juan del Río, Tlaxcala, Tezontepec, también tienen iglesias y monasterios que contribuyen a la riqueza arquitectónica de México.

Atlantes de Tula, Hgo.

Las ciudades cercanas

Tenemos algunas ciudades, muy cerca del Distrito, en las que ya se siente el sabor de la provincia: gente tranquila, atenta, a salvo de la impaciencia de la megalópolis. Entre otras, muy dignas de visitarse, están Cuernavaca, Toluca, Querétaro, Pachuca, Puebla...

Cuernavaca nos entrega su clima cálido y sus flores que alegran el paisaje todo el año. Las joyas coloniales del Palacio de Cortés y la Catedral —uno de los primeros templos construidos en América—, son flores pétreas que compiten con las naturales. Hay que visitar también los jardines Borda y la pirámide de Teopanzolca. Un paseo a pie por la ciudad nos lleva a descubrir rincones pintorescos.

Monumento a la paz en Guanajuato, Gto.

Detalle de la Pirámide de Quetzalcóatl en Teotihuacan, Edo. de México.

Fuente michoacana, Morelia, Mich.

Vista de un altar barroco, en las afueras del D. F.

Toluca fue fundada en 1533. Nos ofrece sus reliquias: la iglesia de Santa Veracruz, el Palacio de Gobierno, la Biblioteca Municipal... y no olvidemos saborear en los portales o en el mercado el famoso chorizo y los quesos de la región.

En Querétaro se vive la historia de México. Un sello imborrable de su fisonomía es el Acueducto que data de 1738 y todavía funciona. Otras joyas notables: los conventos de San Agustín y Santa Clara junto a la Fuente de Neptuno. No olvide tampoco la iglesia de Santa Rosa y el oratorio de San Felipe.

La Bella Airosa, Pachuca, de honda tradición minera, conserva el antiguo edificio de la Universidad y los museos de Mineralogía y Antropología.

Puebla es un balcón a los volcanes, paisaje mexicanísimo: el Popo, el Ixta, la Malinche y el Pico de Orizaba. Y las delicadezas gastronómicas alcanzan alturas inconmensurables. No se vaya con la finta y deje estómago para lo que sigue: chalupas, molotes, el celestial mole, tacos árabes y de tinga, chiles en nogada... y los dulces: muéganos, alegría, palanquetas, camotes, gaznates...

Admire la Catedral, el Palacio Arzobispal, la Capilla del Rosario, los fuertes de Guadapule y Loreto, la Casa del Alfeñique. Durante el mes de mayo se organizan jornadas artísticas con lo más granado del mundo. Allí se ha presentado el Ballet Bolshoi, la Orquesta Sinfónica de Bamberg... ¡qué mejor motivo para visitar Puebla de los merititos Angeles!

Cuando realizamos estas giras nos prometemos volver con más frecuencia, pero a veces nos dejamos arrastrar por la inercia y olvidamos la promesa. Esto no debe suceder, pues la alegría y el descanso mental que proporcionan nos permite volver con optimismo a las labores cotidianas. Y si todos pasáramos así los fines de semana, desaparecería el santo más aplaudido del país: San Lunes...

Parque nacional El Chico, Hgo.

Interior del Convento de Acolman, Edo. de México.

LAS COSAS, AL NATURAL

Desde que la nutrición se dio a conocer como palabra propia de especialistas y la vida silvestre pasó a ser objeto de estudio, nos encontramos ante un serio enfrentamiento: el de la ciencia y la naturaleza, el de la alimentación artificial y la materna. "La naturaleza todavía no se equivoca —decía Bruneti a sus oidores—; a lo más, la ciencia habrá de completarla, nunca suplirla." Nos estamos refiriendo, por supuesto, a la nutrición, particularmente a la lactancia infantil.

Las divergencias que suscita la lactancia de un bebé provocan serios disgustos familiares. La joven madre piensa que lo más conveniente son los productos elaborados por prestigiadas compañías.

La opinión de la abuela pone en situación crítica la forma de nutrir al nieto; pero entonces, la disyuntiva emerge a partir del nacimiento del niño: es necesario saber de antemano si se alimentará de pecho o con biberón.

La madre en ocasiones pretexta la estética y vanidad, pues asegura que sus senos se deformarán y perderán la belleza juvenil. Además, ciertos anuncios presentan las cualidades contenidas en las leches en polvo. Según afirman, de todo tienen, además de estar hechas para cada tipo de niño.

Estudios realizados en diversos países de Norteamérica y Europa, sin embargo, enfatizan categóricamente algunos de los males causados por la ingestión de leche artificial: gastroenteritis, alergias, asma, bronquitis y sobrealimentación. Independientemente de que el contenido sea rico en sal, azúcar y almidones modificados (féculas blancas y ligeras), puede causar enfermedades en los infantes.

La leche materna es mejor que la artificial

La Asociación de Consumidores de Inglaterra demostró, poco tiempo atrás, lo que ya muchos sabían o intuían: que la leche materna tiene los nutrientes necesarios y en las cantidades adecuadas para la alimentación del recién nacido. Ninguna leche artificial, dice el organismo británico, se le compara.

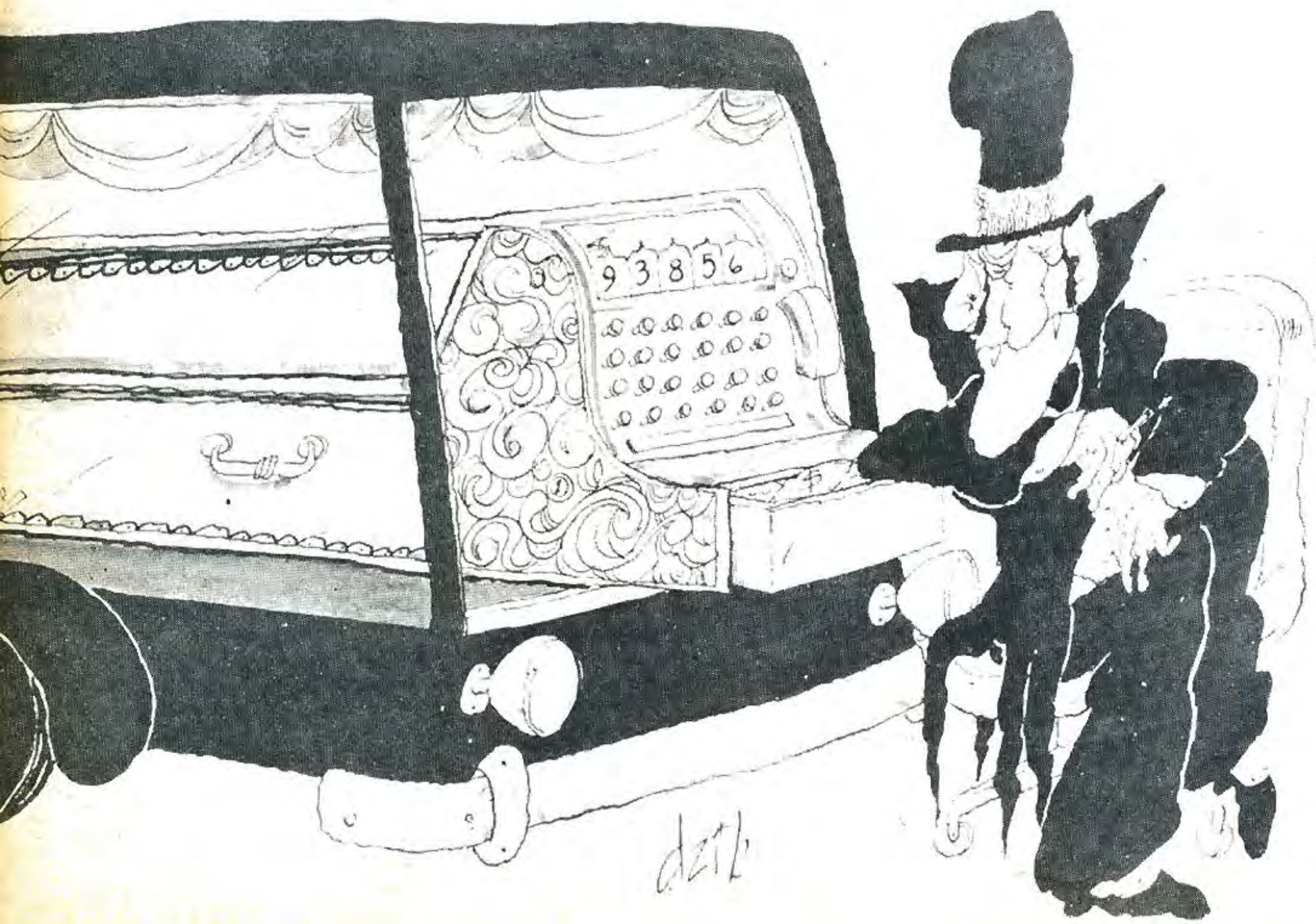
Una madre que amamanta se restablece más rápidamente del parto.

EL CONSUMO EN BROMA

—¡HORROR!... ¿PAGA USTED LOS HUEVOS A CINCUENTA?... ¡YO A TREINTA!
—Y... ¿SE PUEDEN COMER?
—¡ESO SÍ QUE NO!... ¡PERO QUÉ BARATOS!.. ¿VERDAD?

Se acuerdan cuando...

DON LUPE, DICE LA PATRONA QUE LE MANDE DOS CENTAVOS DE CANELA, UNA RAMITA DE PEREJIL Y DOS CIGARROS "ALAS"...



EL VOCABULARIO DEL CONSUMIDOR

A continuación encontramos una serie de palabras y sus posibles definiciones; ponga usted una X en donde le parezca acertado y verifique sus conocimientos en la página 192.

Por cada acierto anote un punto a su favor.

10 aciertos; extraordinario; 9 excelente; 7 y 8 bueno; 6 regular.
Menos de 6, malo... y más suerte para la próxima.

DEDUCCION

1 A ( )	1 B ( )	1 C ( )	1 D ( )
descuento	investigación	acción	obligación

SOLVENCIA

2 A ( )	2 B ( )	2 C ( )	2 D ( )
ligereza	solsticio de verano	responsabilidad que supone medios económicos que respaldan una compra	herida provocada por el exceso de sol

BELICO

3 A ( )	3 B ( )	3 C ( )	3 D ( )
amoroso	relacionado con las batallas	benemérito	relacionado con el delito de robo

NUTRITIVO

4 A ( )	4 B ( )	4 C ( )	4 D ( )
alimenticio	macho de la nutria	comelón	cancelado

DEVALUACION

5 A ( )	5 B ( )	5 C ( )	5 D ( )
implantación de CEDIS a las exportaciones	flotación	cambio en la paridad de la moneda nacional en relación a las monedas extranjeras	perdición

VERACIDAD

6 A ( )	6 B ( )	6 C ( )	6 D ( )
ciencia que trata del hombre voraz	autenticidad	velocidad	arte de mentir

DIAGNOSTICO

7 A ( )	7 B ( )	7 C ( )	7 D ( )
médico titulado	hospital	régimen alimenticio	análisis

OFERTA

8 A ( )	8 B ( )	8 C ( )	8 D ( )
engendrar hijos	proceso jurídico	reducción del precio original	contratar a un futbolista

CONAMPROS

9 A ( )	9 B ( )	9 C ( )	9 D ( )
Corporación Nacional Mexicana de Patrimonios Sociales	conjunto de dogmas y preceptos	proteínas del chícharo	Comité Nacional Mixto de Protección al Salario

ILUSIONARSE

10 A ( )	10 B ( )	10 C ( )	10 D ( )
iluminarse a sí mismo	prepararse	dormirse	alimentarse de esperanzas y no de realidades

Variable, Cambiante

Hasta hace poco los esfuerzos de la humanidad se encaminaron de manera preponderante a la fabricación de artículos considerados como indispensables para satisfacer las necesidades del hombre. La mayor parte de los bienes eran de producción artesanal. Poseerlos, era privilegio de unos cuantos.

El desarrollo tecnológico, no obstante, ha hecho posible que se incremente la producción de la gran mayoría de los artículos que consumimos, reemplazando la energía humana y la tracción animal por la fuerza de las máquinas. Naturalmente, se han alcanzado volúmenes de producción suficientes como para satisfacer las necesidades no solamente de pequeños núcleos humanos, sino también de grandes conglomerados dispersos en lugares distantes.

A grandes rasgos, puede decirse que el problema central de una sociedad industrializada —o incluso una en vías de industrialización como la nuestra— ha dejado de ser uno de producción, para convertirse en uno de comercialización de cantidades cada vez mayores de una enorme variedad de productos y servicios.

En efecto, el consumo se ha convertido en el fluido mágico que ha hecho funcionar los engranes del comercio y de la industria, y determina, además, la velocidad que éstos tomarán. Aún más, el consumo ha aumentado en forma natural por el crecimiento vegetativo de la población. Esto quiere decir que los sistemas económicos se han vuelto insaciables; el consumidor, por su parte, y a pesar de lo que diga la publicidad, ha dejado de ser *el rey* para convertirse en esclavo de corrientes que lo empujan a utilizar cada vez con mayor rapidez todo tipo de satisfactores.

Una de las estrategias favoritas de los hombres de empresa consiste en introducir al mercado, para aumentar el consumo, *innovaciones* que hacen obsoletos los productos lanzados con anterioridad y que obligan al público a adquirir los nuevos artículos, sin importar que los que ya posea se encuentren o no en buen estado.

Algunas innovaciones alientan los hábitos de compra; otras, los frenan. Los cambios que sirven para aumentar la durabilidad de los productos disminuyen el consumo, aunque, naturalmente, perjudican al industrial cuyo principal mercado son las ventas de reposición.

Para muchos, con la tecnología moderna sería perfectamente posible crear un automóvil impulsado por energía eléctrica o atómica. Este vehículo sería silencioso, limpio, no contaminante y más económico. Sin embargo, un invento de esta naturaleza no sería bien visto por los monopolios petroleros y fábricas de partes automotrices. Reduciría sus ventas.

Seguramente alguna vez se ha escuchado el lamento de padres o abuelos, en el sentido de que "ya no se hacen las cosas como antes"... Y después de todo, quizás tengan razón.

Las innovaciones que prefiere el aparato comercial son aquellas que cambian radicalmente la *apariencia* del producto y hacen ver *antiguos* los modelos anteriores, aun cuando la modificación no implique una mejora substancial en las propiedades del nuevo producto. Las razones son obvias:

- Es más fácil alterar el aspecto del producto que mejorar su calidad o funcionamiento, pues para ello basta con cambiar el color, hacerlo más pequeño o más grande, agregar o suprimir adornos y accesorios.
- Una mejora en la calidad implica mayor duración y por consiguiente menor consumo a largo plazo. Así, por ejemplo, las pilas y baterías recargables son una *verdadera* innovación que desgraciadamente no ha tenido una buena aceptación por parte de los mismos fabricantes. La razón de esto es que la pila puede llegar a durar tanto como el aparato en que se usa.
- El consumidor se hace de productos de tal complejidad técnica en su composición electrónica o química, por ejemplo, que una valoración correcta del artículo que adquiere está fuera de su alcance. Se ve obligado, entonces, a basar su elección en aspectos superficiales, lo que motiva aún más a los fabricantes para que pongan mayor atención a la apariencia exterior de los productos que venden. Los cambios periódicos de estilo, por su lado, tienden a lograr economías, y permiten aumentar los gastos de publicidad y promoción. Este ciclo de producción y comercialización artificial se cierra con un significativo incremento en las ventas.

Ante este panorama, el consumidor debe luchar por sustraerse de cualquier forma de derroche. Debe aprender a comprar en base a criterios objetivos de calidad y funcionalidad, prescindiendo de las influencias publicitarias capciosas y aspectos superficiales de la comercialización industrial. Los consumidores pueden, mediante la aceptación o rechazo de determinados productos, pedir a los industriales que fabriquen artículos más acordes con sus propias necesidades. Sólo así podrá proyectarse ese "otro estilo de vida", que todos parecen querer.

Azúcar, más Azúcar

Cada mexicano ingerirá en 1977 cuarenta y dos kilogramos de dulce, ocho menos de los que figuran en el saco de la foto superior. La cantidad, sencillamente, es demasiado alta.

Según datos publicados en un número reciente de la revista francesa "50 Millones de Consumidores", algunos adultos arrastrarán un problema de peso toda su vida porque fueron demasiado "azucarados" durante la niñez. Y es que la obesidad no es el único riesgo que se corre con el dulce: el consumo excesivo de azúcar también puede ser —de acuerdo a los entendidos— responsable de otros males como la diabetes, las enfermedades cardio-vasculares y la caries dental.

El azúcar aporta una sola cosa al organismo y nada más: calorías, totalmente desprovistas de proteínas, de vitaminas y de sales minerales. Forma parte, señalan los especialistas, de "esta alimentación moderna que sustituye a los alimentos complejos que dan normalmente al organismo toda clase de elementos nutritivos". Esto trae, como es de suponer, un fuerte desequilibrio en la alimentación humana.

Por su parte, el dulce llama al dulce, ya que su rápida digestión eleva la cantidad de glucosa en la sangre. Al mismo tiempo, aumenta la secreción de insulina, lo que hace bajar la cantidad de esa sustancia. Tan pronto como la glucosa disminuye, el individuo tiene una sensación de *falta* de azúcar y, para corregirla, ingiere más. Se está, pues, en el círculo vicioso.

El azúcar da, es verdad, cierta energía al cuerpo humano. Pero se trata de una fuerza rápida y momentánea. Cuando se siente "la necesidad de azúcar" —aparte de los momentos de esfuerzos musculares intensos— es que generalmente ya se ha comido dulce con exceso... o que se es un diabético en potencia.

En nuestro país, el consumo directo de azúcar por habitante ha permanecido casi constante durante los últimos años. Se ha estabilizado en una cantidad cercana a los 22 kilogramos anuales por persona y se espera que se mantenga así en un futuro cercano. Este consumo de dulce sería aceptable si no se le añadiera al organismo el que se agrega indirectamente por medio de mermeladas, refrescos, postres, algunas conservas y un gran número de otros productos industrializados. "Es esta absorción indirecta y oculta de azúcar, la que puede dar origen a un consumo involuntario y, para algunos, peligroso a la larga", enfatiza un experto.

La demanda de dulce en el sector industrial nacional, que en el año de 1964 correspondía a 10.4 kilogramos por habitante, en 1973 fue de 16.1 kilogramos. Y se calcula que para 1980 las cifras llegarán a los *¡21.6 kilogramos!* Sumando los consumos directo e indirecto de dulce para este año, cada mexicano habrá ingerido casi 42 kilogramos de este producto. La cantidad es alta.

Prevenir al ciudadano contra este elevado consumo de dulce no significa que se deba suprimir este producto de la alimentación diaria. Conviene

tener presente, sin embargo, que para lograr un régimen nutricional equilibrado, bastan unos 25 gramos diarios de azúcar, lo que equivale a decir algo menos de dos cucharadas. Lograr esto es difícil, sobre todo si consideramos que con sólo beber un refresco azucarado se llega a ingerir más de la ración recomendada. "Hay que volver a tomar agua", insisten los dietistas. Y tienen razón.

Con el pretexto de que un niño gordo es un niño bonito, los padres tienden a darles muchas golosinas. Asimismo, los familiares adultos, para ganarse el cariño de los menores, o simplemente para que "los dejen en paz", distribuyen entre los pequeños un sinnúmero de dulces que se encuentran en el mercado. Esta no puede ser una costumbre más nociva. Durante la infancia —y la adolescencia— es precisamente cuando debe limitarse con mayor atención el consumo de azúcar.

Dulce vida... sin dulce

Según un estudio de la Organización Mundial de la Salud, el 30 por ciento de los niños de tres años, 50 por ciento de los menores de cinco años y el 95 por ciento de los adultos de varios países, sufren o han sufrido caries dental, todas debidas a los altos índices de consumo de azúcar. Sí, no faltará quien diga que es la falta de higiene bucal la que propicia la caries; pero eso no libra de culpa al azúcar. "Todos los jóvenes que tienen varios dientes con caries, absorbían, desde su niñez, un excedente de glúcidos bajo formas de azúcar, dulces y golosinas", explica un artículo publicado por la O.M.S.

Agrega, hablando de lo mismo, otro especialista: "Un excesivo consumo de los productos azucarados prepara un terreno favorable a la obesidad, este flagelo de las comunidades

El organismo humano necesita 25 gramos de azúcar diarios; es decir, menos de dos cucharadas medianas.

demasiado bien nutridas." Y aquí viene el gran absurdo para nuestra sociedad: en México, que todavía no se resuelve el problema de la desnutrición, existe el sobrepeso por comer dulce en exceso.

Debe tenerse presente que, además, el azúcar puede ser nocivo para las personas hereditariamente predispuestas a la diabetes y a las enfermedades cardiovasculares.

Por su lado, los edulcorantes sintéticos (como sacarina y ciclamatos) son substancias químicas que proporcionan un sabroso dulce de 100 a 1000 veces más fuerte que la propia azúcar. El estado actual de las investigaciones sobre estos productos indica que no deben usarse, a menos que los prescriba un médico.

Con una alimentación normal —hablemos de la mayoría de los casos—, lo más recomendable es un consumo moderado de azúcar. No se exceda, entonces, y trátese mejor. Lo que cuesta mucho atesorar —una buena salud—, lo puede usted perder —como dicen algunos— "en dos patadas". Y francamente, esto no vale la pena.

LOS DE ENMEDIO

MONOS Y GUIÓN IllATEZ 76 ©

...LA BRUJA VEÍA CÓMO HANSEL Y GRETEL ENGORDABAN METIDOS EN SUS JAULAS. ¡EN POCOS DÍAS MÁS ESOS NIÑOS SERÍAN UN DELICIOSO MANJAR...!!
.... HINCANDO SUS COLMILLOS EN LA CARNE DE LA ABUELITA DE CAPERUCITA EL MALVADO LOBO, DE UN SOLO BOCADO ¡SE LA TRAGÓ!....
...Y PARA RESCATAR A SUS SIETE HERMANOS CONVERTIDOS EN SIETE CISNES, LA BRUJA LE ORDENÓ TEJER SIETE MANTOS DE ESPINAS, QUE CON LAS MANOS SANGRANTES TERMINÓ...
...OYE PAPÁ
GRACIAS... DIME, HIJITO...
¡YA QUIERO SER GRANDE PARA PODER LEER COSAS SOBRE GENTE NORMAL!
GUERRA!
Matz 76 ©

CASOS REALES SOMETIDOS A LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Yo consumidor

"Nos reservamos el derecho de aceptar contratos..."

Fernando Rodríguez de la Madrid, acompañado de un primo (ambos menores de edad), firmó un contrato con la empresa Motos de Querétaro, S.A. de C.V., por la compra de una motocicleta nueva marca Islo modelo T-100, a cambio de cinco mil pesos en efectivo, un estereofónico, cintas y, por si fuera poco... tres pagarés por mil pesos cada uno.

María del Carmen de la Madrid, madre de Fernando, al enterarse del caso censuró a su hijo y fue a Querétaro acompañada de su padre el licenciado Salvador de la Madrid, para tratar de solucionar amigablemente el conflicto. El representante de la empresa se ocultó y volvieron a la capital sin haber conseguido nada claro.

Entonces, los demandantes acudieron a la PFC para exigir la rescisión del convenio, comprometiéndose a entregar la moto a cambio de los cinco mil pesos en efectivo.

Argumentaron los solicitantes que el contrato era ilegal, ya que tanto el hijo como su "avalista" eran menores de edad y carecían de capacidad jurídica para firmar operaciones de este tipo. Además, señalaron que estas transacciones constituyen un grave problema social, ya que los proveedores abusivos pueden engañar —con más facilidad— a los muchachos que no alcanzan la mayoría de edad.

En el acto mismo en que se presentó la queja, la PFC citó al representante del negocio de velocípedos y a la señora María del Carmen de la Madrid, a un proceso de conciliación que se prolongó debido a la irresponsabilidad del vendedor. Inicialmente no se presentó ningún portavoz de la firma porque manifestaron que el contrato se realizó sin presiones de ninguna especie y además el menor iba acompañado de su avalista, de modo que todo era correcto.

Gracias a la insistencia de la PFC se presentó a ésta un individuo que se decía agente legal de la negociación. Dado que no cumplía con los requisitos para acreditar su personalidad, fue sancionado con 20 mil pesos de multa.

Días después, José Guillén Cruz se identificó adecuadamente como delegado legal del negocio y, como por arte de magia, accedió a rescindir el contrato siempre y cuando... ¡le perdonaran la multa!

Así fue, y el acuerdo definitivo consistió en que la empresa demandada debía entregar los cinco mil pesos en efectivo una vez que recibiera la motocicleta, la que entre paréntesis, ya presentaba fallas. Esta resolución se hizo de inmediato y el contrato quedó anulado.

La demandante volvió a su hogar con el caso resuelto a su favor y... gratuitamente.

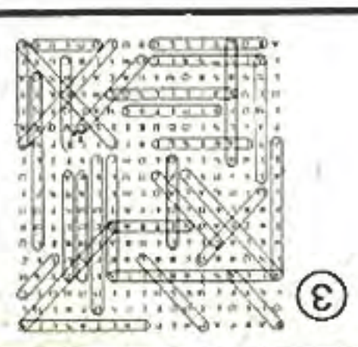
Un precedente quedó establecido para que los malos vendedores dejen de abusar de la inocencia de los pequeños.

La gente consciente confía y acude al organismo que los protege. La prueba está en el número de personas que, diariamente, presentan sus quejas obteniendo, las más de las veces, un acuerdo favorable.

Una de las razones que tiene que ver con el éxito de la institución es que su propio Procurador, el licenciado Salvador Pliego Montes, trabaja activamente. Este caso en particular, fue guiado por él hacia la solución del conflicto.

Soluciones a la sección de entretenimientos.

① *Faltan el perro, zorro y tucán*



③

Soluciones al "Vocabulario del Consumidor".

1A · 2C · 3B · 4A · 5C · 6B · 7D · 8C · 9D · 10D

La mayoría de las leches artificiales analizadas por los técnicos de la Asociación mencionada provienen de la de vaca. Su composición difiere de la materna, no obstante, nada menos en que aquélla tiene menos carbohidratos, el doble de proteínas y cuatro veces más de minerales. Y en estos dos últimos componentes es donde, precisamente, radica todo el problema.

Los médicos británicos encontraron que los riñones del bebé son extremadamente delicados; es decir, no pueden funcionar bien con exceso de minerales y proteínas. Así, para minimizar los riesgos que ello implica, el Departamento de Salud y Bienestar Social de Inglaterra ha recomendado a los fabricantes de los productos artificiales que ajusten sus fórmulas a los ingredientes de la leche materna.

En las investigaciones efectuadas se verificó que la gastroenteritis es mucho más común en los niños alimentados con preparaciones artificiales que los nutridos con leche materna. La razón que se dio es que el lactante materno inhibe el crecimiento de bacterias, mientras que éstas sí pueden introducirse en la leche artificial, si no se le esteriliza debidamente. Además, algunas substancias de leche de vaca —como proteínas por ejemplo— pueden causar alergias en los recién nacidos.

Por otra parte, se comprobó que los bebés alimentados con fórmulas químicas desarrollan más fácilmente asma y bronquitis. Asimismo, es fácil sobrealimentar al bebé con fórmulas artificiales. Y esto se debe a que al infante, por lo general, se le obliga a terminar todo el contenido de un biberón, lo necesite o no. El exceso de alimentos en la niñez es peligroso también por las grandes probabilidades de que los menores desarrollen problemas respiratorios con el tiempo y lleguen a ser adultos obesos.

Por su lado, la Asociación de Consumidores de Canadá, bajo la supervisión del Departamento de Protección de la Salud y Bienestar de ese país, realizó igualmente un estudio sobre la alimentación para bebés.

El resultado de esta investigación —publicada por la revista "Canadian Consumer"— señala que por buenas que sean las fórmulas a base de leche de vaca y de proteínas de soya, éstas no pueden rivalizar con la leche materna.

Concluyen que mientras el infante se alimenta con leche materna no hay por qué preocuparse por la salud del bebé, a menos, claro está, que la dieta de la madre sea deficiente.

Como se dijo anteriormente, el lácteo materno además de estar bien balanceado y contener todas las vitaminas y minerales necesarios para el crecimiento del infante, es fácil de digerir y tiene la ventaja de no contaminarse con microorganismos patógenos (conductores de enfermedades), proporcionando al bebé la mejor defensa contra las infecciones, ya que contiene substancias que impiden desórdenes gastrointestinales y respiratorios.

Además, la leche natural contiene, los primeros tres o cinco días después del parto, calostro: substancia rica en anticuerpos protectores contra alergias y bacterias.

Decididamente estas ventajas no las tienen las fórmulas comerciales que imitan superficialmente a la leche materna. ¿Alguna duda? Pues vayan para los porfiados las siguientes anotaciones:

Según el Instituto Nacional de Nutrición de Canadá, buena parte de la población canadiense está pasada de peso debido a la alimentación con leche artificial, y lo explican argumentando que la madre que amamanta a su bebé lo deja reposar cuando ya está satisfecho. Por el contrario, los niños de biberón son coaccionados a terminar la cantidad preparada, lo que les provoca una ingestión mayor de calorías de las que realmente necesita.

Pero... ¿y el lácteo artificial?

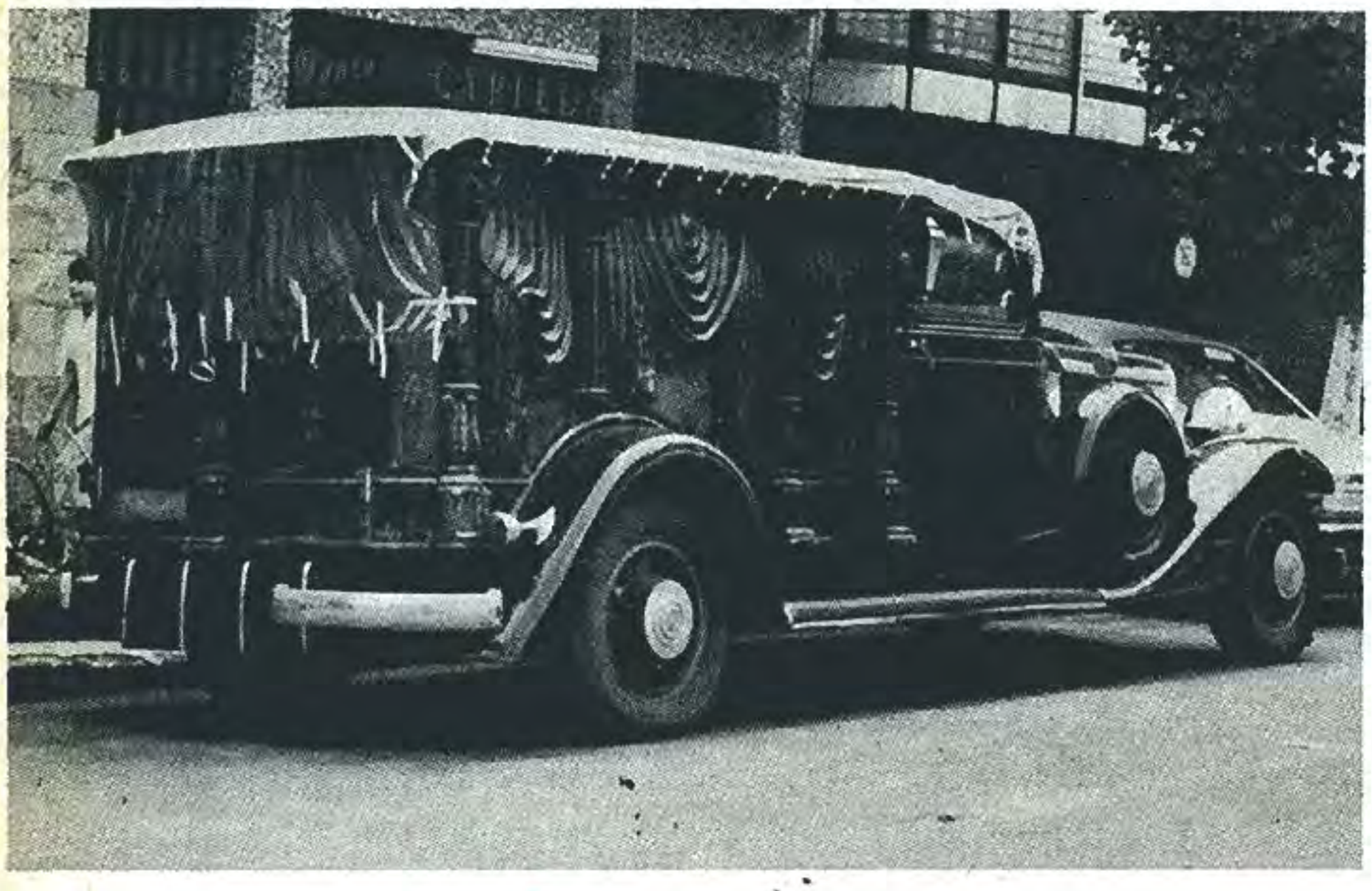
¿Por qué entonces se ha generalizado tanto el uso de leches artificiales?

Contestan las instituciones extranjeras mencionadas: las fuertes promociones lanzadas por los fabricantes de fórmulas preparadas y biberones; la falta de interés de los profesionales de la salud por dar a conocer los beneficios del lactante materno; el número creciente de madres que trabajan fuera del hogar; las concepciones erróneas que algunos padres tienen sobre la alimentación infantil.

Por todo esto, si usted es una mujer que trabaja, agregan los expertos extranjeros, nutra con su leche a su bebé el tiempo que pueda hacerlo, ya que la primera alimentación recibida servirá de pauta para su desarrollo posterior. También es posible alternar, durante el periodo de lactancia, la leche materna y la leche artificial.

Por lo que a belleza se refiere, no se preocupe —agregan—, los tejidos femeninos son un prodigio de elasticidad y con una serie de ejercicios volverán a estar como antes.

In Articulo Mortis



No. No se deje engañar por el título de arriba. Este artículo no es ni un libro blanco ni uno rojo sobre la muerte. Más bien es un adelanto, que será ampliado en una futura edición de esta revista, de un trabajo profundo que el Instituto Nacional del Consumidor efectuó recientemente sobre un tipo poco conocido de empresa y su entorno: la agencia funeraria.

La simple mención de una agencia funeraria enchina el cuerpo a algunos. Y lo curioso es que esto ocurre no tanto por los recuerdos que dejó el propio sepelio, sino por lo desagradable que resultó tratar con los prestadores de servicios fúnebres y por el abuso al que fueron sometidos los familiares de la persona fallecida.

"Hasta morirse cuesta caro", decía un hombre de mediana edad mientras, sollozando, arreglaba los detalles de un funeral. "Necesito que alguien me ayude", agregó enseguida. "No estoy para pensar en estas cosas."

Y al mencionar lo anterior, este señor tocaba un punto clave de las particularidades especialísimas que acompañan a esta sombría operación comercial. Porque en realidad, ¿cuántos son los que pueden mantener una calma emocional como para tomar las mejores decisiones, al elegir entre los distintos presupuestos que para entierros tienen las agencias funerarias, y los adecuados a sus posibilidades económicas?

"El momento resulta irreal y lo único que desean los familiares es dar al fallecido lo más que sea posible. En ocasiones esta actitud responde a legítimos deseos sentimentales, aunque otras veces no responde más que a consideraciones de prestigio social", comentó a esta revista una trabajadora social del Issste, especializada en estos asuntos.

Tenga o no razón esta funcionaria, lo cierto es que un funeral la mayoría de las veces resulta un imprevisto, una situación repentina para la cual muy pocos son los que realmente estamos preparados. Aquí van. pues, algunos datos o recordatorios que pueden ayudar.

En la ciudad de México existen oficialmente registradas 115 agencias funerarias, aunque datos extraoficiales indican que por lo menos están establecidas otras 110 empresas que operan en la semi-clandestinidad, para decirlo de alguna manera.

De acuerdo con lo anterior, las funerarias legalmente registradas lograron por concepto de ventas 175 millones de pesos en 1976, lo que les deja un 76 por ciento de utilidades netas en relación con sus costos de operación.

Según el tipo de servicios y el capital declarado, las agencias se pueden dividir en 131 chicas, 79 medianas y nueve grandes. De las paraestatales —porque también las hay—, seis corresponden a los Centros Sociales del Departamento del Distrito Federal; una al Imss; dos al Issste; una a la Secretaría de la Defensa Nacional; y una a Ferrocarriles Nacionales.

Hasta aquí no hay nada malo. La cuestión del sepelio comienza a complicarse, sin embargo, en el momento de acudir a alguna funeraria. ¿Por qué? Simplemente porque la información proporcionada por los encargados de las diferentes agencias es poca, y en realidad no ayudan a la elección del servicio que se está en posibilidad de adquirir.

"Cuando murió mi jefa —explicó el mecánico Jesús Ramírez Aguilera—, en una de esas agencias nos querían vender todo o nada. Si uno deseaba comprar únicamente el féretro, decían que no. Además, nos salieron con que teníamos que pagar por el traslado del cadáver, la preparación y velación del mismo, el alquiler de la carroza, los servicios de acompañamiento, la capilla, y hasta nos querían embarcar ahí mismo con un lote para el entierro"; Ramírez no mentía.

En la mayoría de estas empresas el modelo de féretro es el que marca el tipo del "paquete". De tal manera que, si una persona desea adquirir un determinado ataúd, no puede llevarlo a menos que sea con el largo complemento de extras mencionados por el mecánico.

Independientemente de esto, la calidad y variedad de estilos de cajas mortuorias son tan extensos, como podría serlo el de cualquier otro artículo de primera necesidad. Están los rústicos de madera, manufacturados generalmente por las mismas agencias o por talleres de carpintería determinados; y las metálicas, fabricadas en el D.F. por siete compañías especializadas entre las que se cuentan: Arga, S.A. y Cajas de México, S.A.

El trabajo de las agencias mediana y grandes, por su lado, no se concreta a la prestación de los servicios mencionados. También existen los trabajos de embalsamamiento, amortaja-

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS DE DIVERSOS SERVICIOS FUNERARIOS EN EL DISTRITO FEDERAL

(En pesos a diciembre de 1976)

SERVICIOS	PEQUEÑAS Precios: Mín.	Máx.	MEDIANAS Precios: Mín.	Máx.	GRANDES Precios: Mín.	Máx.	IMSS Precios: Mín.	Máx.	ISSSTE Precios: Mín.	Máx.	D. D. F. Precios: Mín.	Máx.
Ataúd	300	7,700	500	11,000	750	22,985	380	1,500	350	4,400	290	450
Carroza	200	550	350	800	235	1,440	130	130	250	500	—	—
Vehículo de Acompañamiento	300	940	400	500	285	550	200	200	300	300	—	—
Capilla	290	880	400	440	400	3,000	300	300	400	600	—	—
Equipo de Velación	150	500	165	500	385	385	—	—	—	—	—	—
Traslado del Cadáver	200	400	200	300	300	400	—	—	—	—	—	—
Trámites Legales	50	600	200	550	200	500	30	30	100	100	—	—
Total:	1,490	11,570	2,215	14,090	2,555	29,260	1,040	2,160	1,400	5,900	290	450
COSTO PROMEDIO POR FUNERAL	$2,500.00		$3,500.00		$5,500.00		$1,600.00		$4,500.00		$290.00	$450.00
CALIDAD DEL SERVICIO	DEFICIENTE		IRREGULAR		ACEPTABLE		ACEPTABLE		ACEPTABLE		DEFICIENTE	
EQUIPO	INCOMPLETO		INCOMPLETO		COMPLETO		COMPLETO		COMPLETO		INCOMPLETO	
INFORMACION AL ADQUIRIENTE DEL SERVICIO	DEFICIENTE		DEFICIENTE		DEFICIENTE		ADECUADA		ADECUADA		DEFICIENTE	
PRECIOS A LA VISTA	NO TIENEN		SOLO UNA AGENCIA		NO TIENEN		NO TIENEN		NO TIENEN		SOLO UNA AGENCIA	

Para mayor información sobre diferentes tipos de servicios y sus respectivos precios, llame al Instituto Nacional del Consumidor, Teléfono 550-47-55 ext. 112.

miento, maquillaje, exhumación, reinhumación, y traslados incluso al extranjero.

A lo largo de la investigación realizada por el Instituto Nacional del Consumidor, se pudo apreciar también que la gran mayoría de las agencias no tienen sus precios a la vista. Tampoco suministran detalles o explicaciones de cada uno de sus servicios.

Asimismo, pudo percatarse que no cuentan con precios fijos o costo de los servicios plenamente establecidos. Se vende según vean al cliente, lo que resulta una arbitrariedad sin nombre.

Las anomalías brincan hasta en la interpretación de las disposiciones que prevé la misma Ley, pues por lo general las agencias funerarias no han acatado la ordenanza de presentar a la Secretaría de Comercio una lista de precios, tomando en consideración los siguientes puntos:

- Costos que originan la prestación del servicio.
- Monto total de la inversión de la empresa, incluyendo muebles y equipos.
- Variedad, número y calidad de los mismos.
- Rendimiento de la agencia, con respecto al monto total de su inversión.

Al respecto, se descubrió que únicamente el 7.14 por ciento de las funerarias medianas habían presentado a la Secretaría de Comercio sus tarifas. El porcentaje aumentaba un poco en las grandes agencias (22 por ciento), mientras que ninguna de las pequeñas había acatado la Ley. Estos datos bastan para ilustrar la anarquía de precios que existe en esta rama de servicios.

"Cuando llega la cuenta y salen a relucir los errores por una falta de previsión, comienzan las lamentaciones. Decimos: por qué fui a tal lugar por qué acepté tal o cual cosa. Pero ya para qué", señala Teresa Rubio de Martínez.

Otra de las revelaciones que arroja el estudio del INC es que las agencias funerarias no cuentan con publicidad comercial, exceptuando algunas empresas grandes que la han iniciado recientemente. En general, para atraer al público han establecido una red de "coyotes" en hospitales, sanatorios, salas de urgencia y delegaciones. Se trata de una maraña de gentes de lá cual es difícil zafarse. Naturalmente, estos intermediarios ofrecen su cooperación a cambio de "una comisión extra" que encarece aún más el servicio. El único consejo que puede darse aquí es que, cuando esto le suceda, rechácelo.

¿Y qué cómo actúan estos señores?

En un alto porcentaje, el 50 por ciento, presentando diferentes precios (a la otra mitad de adquirientes les fue mostrado un sólo tipo de presupuesto).

Pero ahí no concluye el asunto. Al 60 por ciento de las personas que se vieron "empujadas" a alguna empresa por los intermediarios, les fueron modificados los precios una vez que se habían decidido por algún servicio, aumentándolos, por supuesto.

El resultado de todas estas malas prácticas no es difícil de adivinar.

El 71 por ciento de las familias investigadas por el INC sufrieron un fuerte desequilibrio económico al contratar un servicio funerario.

Salta a la memoria un anuncio que cuelga en las paredes de una agencia del Distrito Federal: "Usted es fina alhaja y, funerales... tiene un estuche para usted." Sí, pero ¿a qué precio?

Millones...

Nadie puede resolver, solo, una situación que depende de millones de seres.

Por eso, su participación es muy importante.

La de usted, la de sus parientes, la de sus amigos, la de sus vecinos.

Porque la unión hace la fuerza.

Y si los consumidores nos unimos, nuestra fuerza será de millones.

Millones vigilando que se respeten los precios oficiales y denunciando a quienes los alteran.

Millones que no compran nada más que lo estrictamente necesario.

Millones que evitan compras suntuarias o extravagantes.

Millones que prefieren los artículos mexicanos frente a los importados.

Millones de consumidores apoyando a los comerciantes inteligentes que cuidan a sus clientes.

Para un comerciante abusivo, un cliente puede perderse.
Pero... ¿millones?

¡Participe!

Si usted participa,
los demás no estamos solos

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Teléfono 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por Impresora y Editora Cocoyoc, S.A., Democracias No. 61, México 16, D.F. Teléfonos 576-32-12, y Complejo Editorial Mexicano, S.A. de C.V., Bahía de San Hipólito No. 56, México 17, D.F., Teléfonos 531-15-59 y 545-97-59. Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Av. Universidad No. 1499, México 21, D.F. Teléfonos 524-96-12 y 524-09-20. Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor y las convenciones Universal y Panamericana sobre Derechos de Autor. La reproducción o uso del contenido literario o gráfico, sin previa autorización por escrito, quedan prohibidos conforme a la Ley. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de Octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de Noviembre de 1976.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor admitirán anuncios comerciales o institucionales, así como tampoco aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre, precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto sujeto de la investigación.
Correspondencia y Suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR. Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F.

¡Esté alerta!

Usted posiblemente ignora cómo ahorrar el 400 por ciento en una compra.

Las botanas, golosinas y entremeses son indudablemente sabrosos, pero permítanos recordarle que también son poco nutritivos... además de bastante caros para mantener un mal hábito alimentario.

¿No lo cree? Pues verá:

La papa —debido a su alto contenido de carbohidratos y su bajo precio ($5.00 el kilogramo)* — es una fuente barata de la energía que requiere nuestro organismo para sobrevivir.

Cuando usted las consume industrializadas, sin embargo, la ventaja del precio desaparece. Y esto lo decimos en serio.

Calcule usted y saque sus propias conclusiones.

Si usted es una de esas personas que tienen la costumbre de comprar papas fritas, se encontrará con que los 100 gs. de este producto le cuestan en cualquier supermercado entre $ 4.47 y 6.14.

Ahora bien, si está dispuesta a emplear un poco de tiempo en la cocina, obtendrá la misma cantidad de papas fritas... ¡por sólo $1.15! No es broma, vea.

Para producir 100 gs. de papas fritas en su propio hogar se necesitan:

$ 0.50 de papa blanca ($5.00 Kg.)
0.05 de sal (15 gs. a $2.00 el Kg.)
0.30 de aceite ($20.00 litro. 15 ml. para 100 gs.)
0.30 de gas
$ 1.15

Pero si quiere proteger aún más su economía familiar y beneficiarse con una mejor alimentación, recuerde siempre que lo mejor es dar a los suyos la papa fresca, limpia y preparada en forma de sopas, cremas y purés.

Y si sigue ese consejo, tenga presente este último:

No desperdicie la cáscara, pues también proporciona vitaminas y minerales.

(*) Todos los precios que figuran en este mensaje corresponden a los de menudeo en La Merced, del 18 de enero de 1977.

revista del consumidor